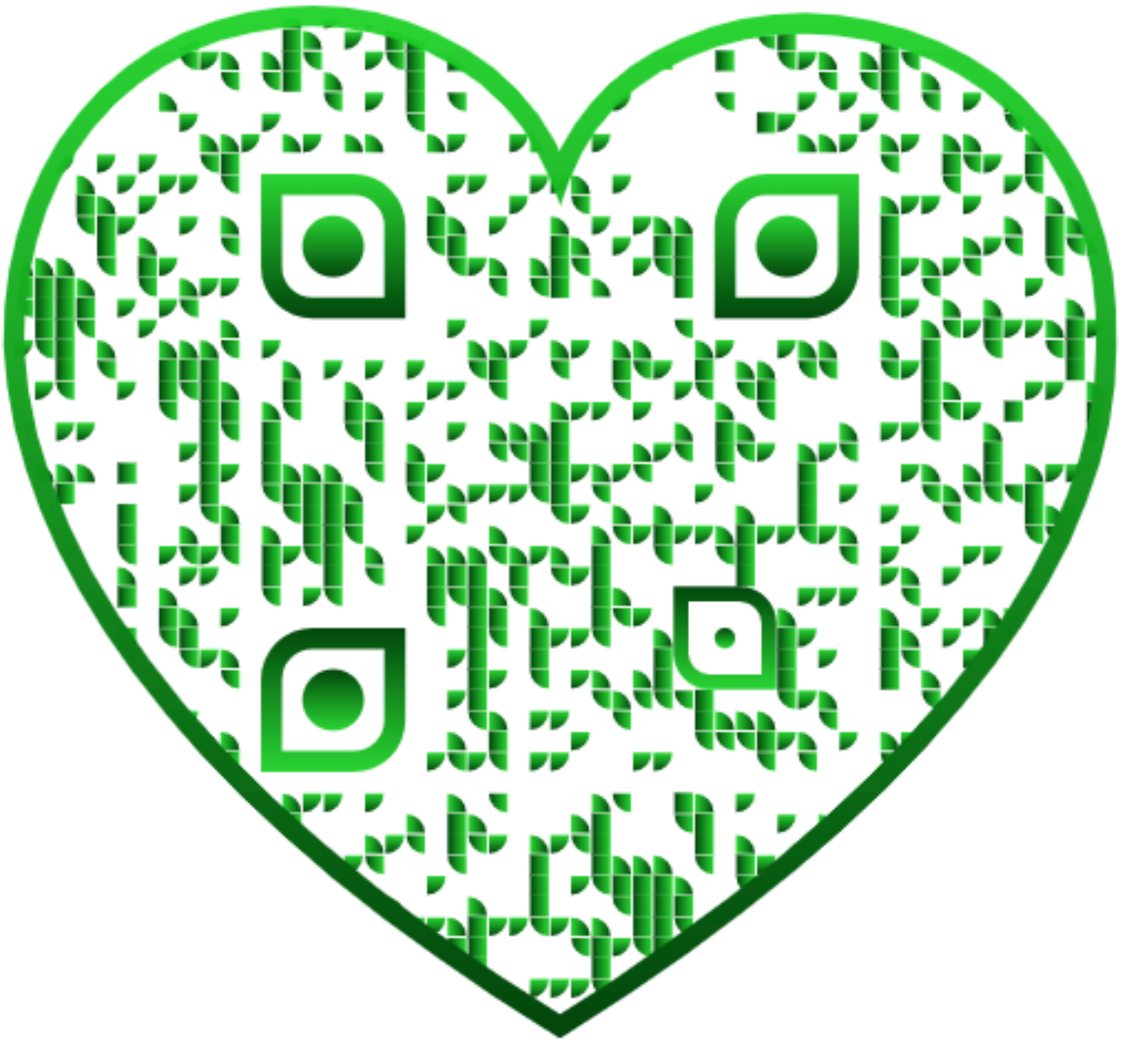
Médéric Gillet
Thibault de Maillard

Animer une séance de créativité

2e édition

Copyright © 2016 Dunod.

DUNOD



Des vidéos sont disponibles en ligne. Pour y accéder, flashez le QR Code en quatrième de couverture ou rendez-vous à l'adresse suivante : http://www.dunod.com/contenus-complémentaires/9782100742974

Mise en page : Belle Page

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.
Le Code de la propriété intellectuelle du 1er juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.
Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

DANGER
LE PHOTOCOPILLAGE TUE LE LIVRE

© Dunod, 2012, 2016

5 rue Laromiguière, 75005 Paris
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-074616-3

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).
Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Copyright © 2016 Dunod.

Table des matières

Remerciements VII

Préface IX

Introduction 1

Pré-requis : Avant de commencer 5

Définition 5
Quelques mises en garde 7
Analogie avec le cinéma 9
Présentation des personnages 10

PARTIE 1
L'AVANT SÉANCE DE CRÉATIVITÉ

Chapitre 1. La définition du besoin 13

Préambule 14
Définir le besoin : un travail entre l'animateur et le décideur 15

Chapitre 2. Résultats et groupes d'une séance de créativité 27

Types de résultats d'une séance de créativité 28
Types de groupes d'une séance de créativité 30
Relation entre groupes et résultats 31

Chapitre 3. Méthodes d'une séance de créativité 33

Méthode chauffe 35
Méthode mind mapping 38
Méthode brainstorming direct 44
Méthode brainstorming indirect 48

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Méthode analogie ... 52
Méthode inverse ... 55
Méthode matrice tableau ... 59
Méthode matrice croisée ... 63
Méthode mise en situation ... 66
Méthode scénario ... 71

Chapitre 4. Trames d'une séance de créativité ... 77

Trame pour des résultats concrets : la trame des « pragmatiques » ... 79
Trame pour des résultats nouveaux : la trame des « polyvalents » ... 87
Trame pour des résultats conceptuels : la trame des « imaginatifs » ... 96
Tableau récapitulatif des trames ... 102

Chapitre 5. Préparatifs de la séance ... 103

Récapitulatif des actions à mener avant la séance de créativité ... 104
Le carnet de route ... 105
La salle, la décoration ... 106
Le matériel ... 107
La communication ... 108

Copyright © 2016 Dunod.

PARTIE 2
La séance de créativité

Chapitre 6. La séance ... 113

La présentation du sujet ... 114
Les règles de la créativité ... 116
Le jeu ... 118
La chauffe ... 120
La phase divergente et la phase convergente ... 121
La concrétisation ... 122

Chapitre 7. L'animation **127**

Savoir donner la parole, faire parler tout le monde **128**
Savoir garder son groupe concentré et motivé **130**
Structurer et classer les idées **135**
Créativité et nouvelles technologies **141**

Chapitre 8. L'animateur et le groupe **145**

Le 60-30-10 ..... **146**
L'animateur est le scribe **149**
L'animateur et le travail en groupe **150**

PARTIE 3
L'APRÈS SÉANCE DE CRÉATIVITÉ

Chapitre 9. Capitaliser : que faire des résultats obtenus ? **155**

Les idées **156**
Le lieu de la séance de créativité **157**
Les méthodes **158**
Les participants **159**

Chapitre 10. Rédiffuser : création des comptes rendus **161**

Chapitre 11. Évaluer : de l'idée au concept **165**

Chapitre 12. Comment progresser ? **171**

Les méthodes **172**
La version accélérée **173**
Le nombre de participants **175**

Annexe **179**

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Remerciements

Nous remercions toutes les personnes qui ont participé à l'élaboration de ce livre, et notamment :

- Les amis relecteurs et conseillers ;
- Nos compagnes pour leur soutien quotidien ;
- Aurélien, pour ses bons conseils ;
- Pierre, pour nous avoir donné envie de continuer et pour son soutien ;
- Marjorie, pour ne jamais avoir douté de nous ;
- Un merci particulier à Laure, Émilie et Claire pour leur lecture attentionnée de cette deuxième édition ;
- Alban et Sophie, pour les premières corrections.

Nous remercions l'ENSGSI (école nationale supérieure en génie des systèmes industriels) spécialisée dans le management de l'innovation, pour nous avoir formés aux bases de la créativité et pour nous avoir permis d'animer nos premières séances, notamment via le programme « 48 h pour faire émerger des idées ® ».

Nous remercions en particulier les enseignants-chercheurs Benoît Roussel, Vincent Boly et Nadine Stoeltzlen pour nous avoir transmis l'envie et la passion de la créativité et de l'innovation.

Copyright © 2016 Dunod.

Nous remercions nos entreprises respectives pour leur confiance et leur ouverture d'esprit.

Thibault remercie personnellement Mélanie, pour sa franchise et son soutien, ainsi que pour avoir été patiente lors de l'écriture de ce livre.

Thibault remercie également sa famille pour son soutien de tous les jours.

Enfin, Thibault tient à remercier Cyril Durvicq, ancien « brand innovation manager » à Domyos (groupe Décathlon), pour lui avoir fait confiance et lui avoir donné la chance de pratiquer l'animation de séances de créativité.

Médéric remercie personnellement Audrey, ses parents, ses sœurs et sa famille pour leur soutien dans l'ensemble de ses projets.

Méderic remercie Vincent Noyet, Éric Ruty et Jean-Pierre Bodet pour leur confiance dans l'exercice de la créativité au sein de Bodet Software. La méthode a fait ses preuves avec des belles innovations à la clé.

Enfin, Médéric remercie Paul Millier pour lui avoir donné le goût de l'écriture et du partage des connaissances.

Pour conclure, nous remercions les éditions Dunod et particulièrement Valérie Briotet pour son enthousiasme et sa confiance.

Copyright © 2016 Dunod.

Préface

Le nouveau challenge des entreprises est de parvenir à se renouveler continuellement et innover afin de survivre dans un contexte actuel extrêmement concurrentiel et dynamique. Cela passe forcément par une étape de réflexion créative.

Seulement voilà, qui a le potentiel de créer ?

La réponse est simple : tout le monde !

La créativité est l'affaire de tous et n'est pas réservée à une population choisie. Beaucoup d'entre nous se mettent des barrières invisibles et pensent ne pas être capables de créer, d'inventer ou, tout simplement, n'osent pas, de peur de dire des « bêtises », ou encore à cause du regard d'autrui.

Or, tous les Hommes sont créatifs, mais il faut savoir créer un contexte favorable pour faire sortir le meilleur de chaque personne.

Les auteurs nous livrent, à travers les pages qui suivent, les clés pour animer de façon simple et efficace une séance de créativité, puis expliquent et facilitent l'interprétation et l'utilisation des résultats obtenus : car une séance de créativité n'est pas un aboutissement en soi, mais bien une étape essentielle sur le chemin de la création.

Bonne lecture !

Vincent Leenhardt
Directeur innovation Décathlon

Copyright © 2016 Dunod.

Copyright © 2016 Dunod.

Introduction

Que vais-je apprendre avec ce livre ?

Ce livre vous apporte une méthode complète pour réaliser une séance de créativité de A à Z. Vous trouverez une explication de l'ensemble des points à travailler avant, pendant et après la séance.

Pour commencer, les questions essentielles auxquelles ce livre apporte une réponse :

- **Quelle démarche suivre pour :**
  - amener un groupe à trouver de nouvelles idées de produits ?
  - imaginer des concepts pour les 5 années à venir ?
  - trouver un nom de marque
  - améliorer une méthode de travail
  - réaliser tout type de recherche créative (trouver un cadeau de Noël, lancer une activité, revoir la conception de sa maison, etc.)
- **Comment choisir les méthodes pour réaliser une séance de créativité ?**
- **Je n'ai jamais animé de séance de créativité, comment faire pour ne pas échouer lors de ma première tentative ?**
- **Combien de personnes faut-il regrouper pour travailler ?**

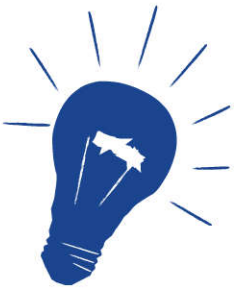
Copyright © 2016 Dunod.

- **Quels types de résultats, une séance de créativité permet-elle d'obtenir ?**

Ce livre-guide, structuré en étapes, vous aidera dans la réalisation de votre séance de créativité. Des fiches vierges à compléter vous permettront d'avancer dans sa construction et mettre toutes les chances de votre côté pour réaliser la séance la plus adaptée à vos besoins.

> **Une séance de créativité n'est pas un « but en soi ».**
> **C'est une méthode qui aide à répondre à un besoin déjà identifié.**

Il faut garder à l'esprit qu'une séance de créativité est une démarche qui vise à faire émerger des idées et des opportunités qui doivent être travaillées par la suite.

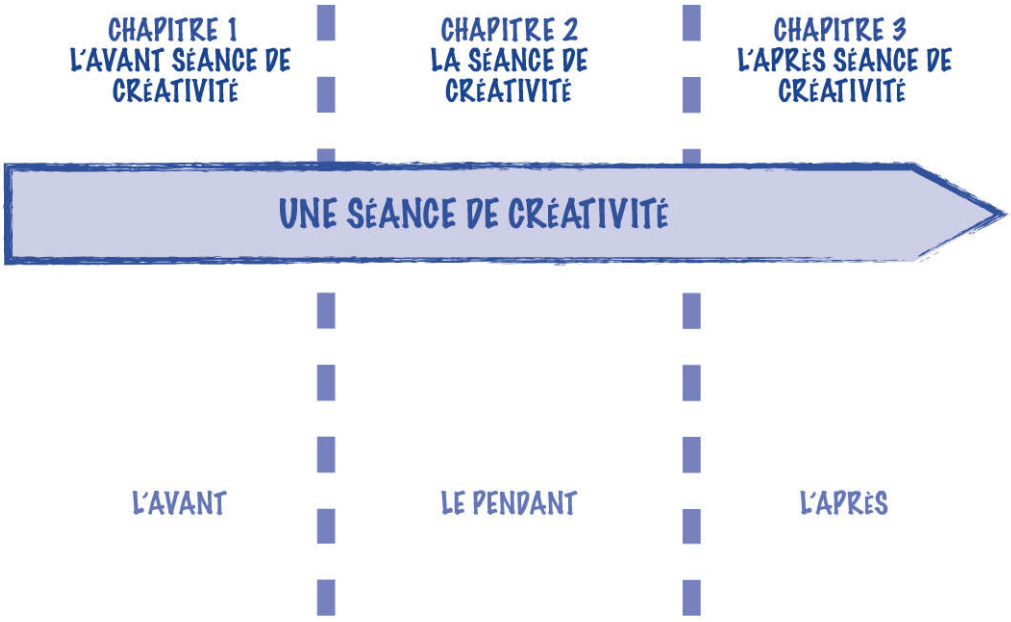


Organisation du livre

3 phases, 3 parties

Une séance de créativité est divisée en trois grandes phases : la préparation, la séance de créativité elle-même et l'analyse des résultats. Cet ouvrage comporte donc trois parties : l'avant séance de créativité, la séance de créativité et l'après séance de créativité.

Copyright © 2016 Dunod.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Avant de commencer

Définition

Une séance de créativité c'est :

Un animateur

Un groupe

Copyright © 2016 Dunod.

Une durée

Un lieu

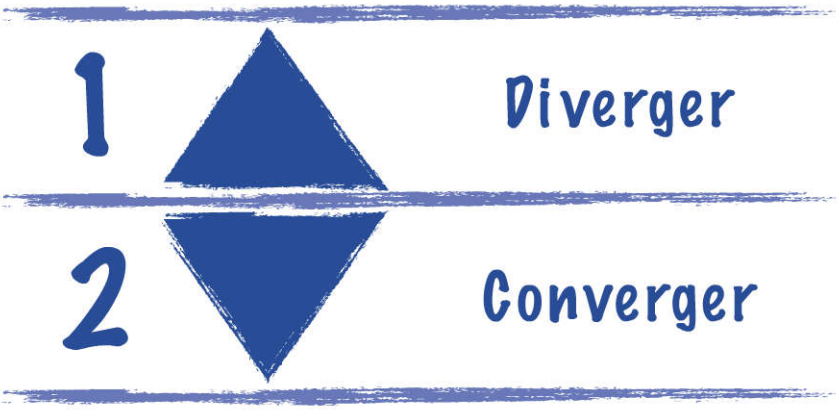
Dans un univers créé par l'animateur différent du cadre quotidien.

Une séance de créativité est une session de travail dont la durée est fixée et au cours de laquelle un groupe se laisse guider par un animateur avec des méthodes précises, définies en amont.

Une séance se déroule en deux temps. Tout d'abord, la phase divergente durant laquelle l'animateur éloigne ses participants du sujet et du cadre quotidien de travail. Ensuite, la phase convergente qui consiste en un retour au sujet initial et vers des idées concrètes.

Copyright © 2016 Dunod.

La clé d'une séance de créativité réussie réside dans la capacité à s'écarter du sujet pour finalement mieux revenir vers des solutions novatrices.



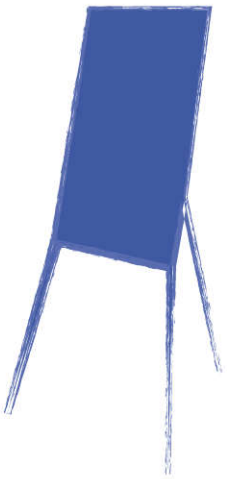
Il n'est pas nécessaire d'être un créatif pour animer une séance de créativité.

La créativité est une grande consommatrice...

... **de temps** : le temps de préparation, la durée de la séance, le temps d'analyse, etc. ;

... **de place** : pour favoriser la créativité, il est préférable d'utiliser une salle spacieuse et différente du cadre habituel de travail ;

... **de feuilles de paperboard** : l'animateur peut être aussi le scribe, il note tout ce qui est dit.



Quelques mises en garde

Une séance de créativité n'est pas :

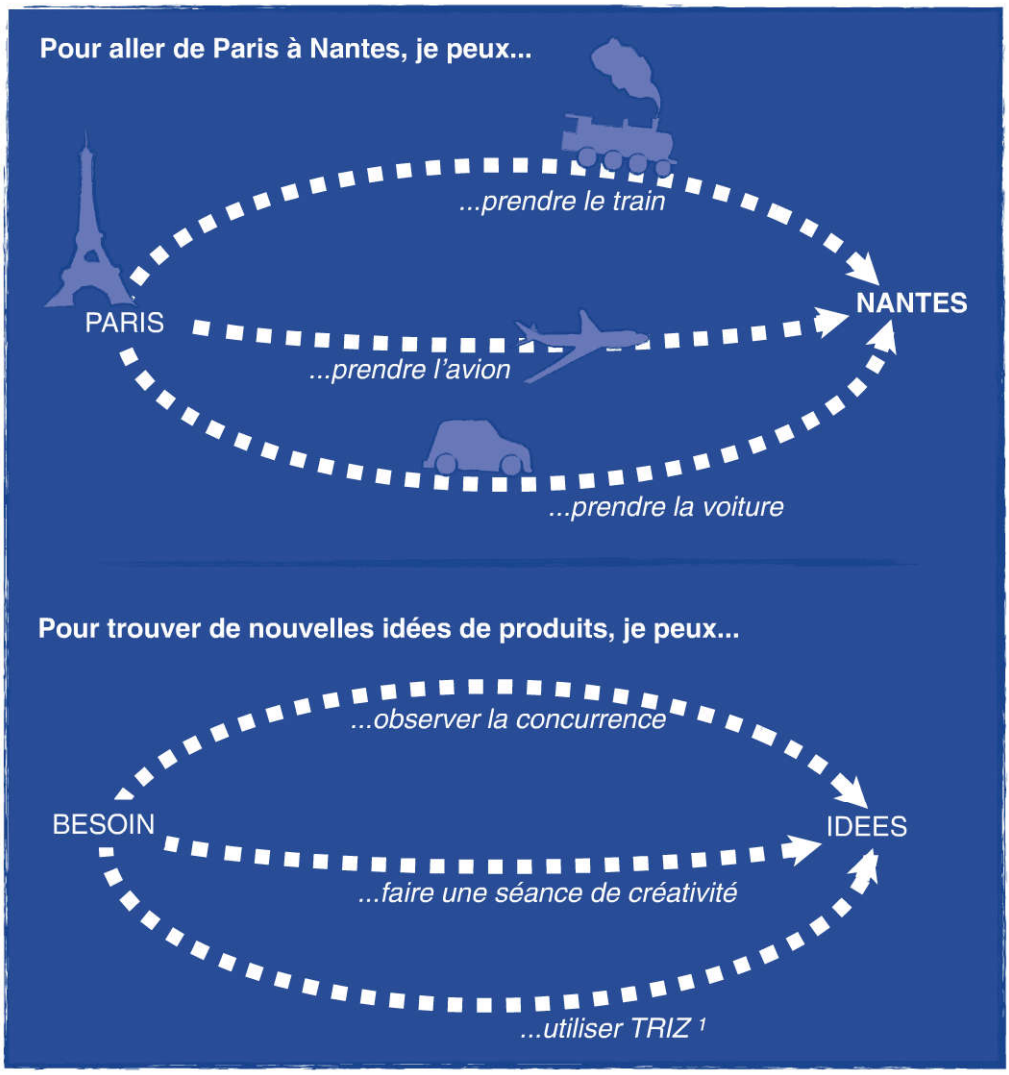
– un simple brainstorming ;

Copyright © 2016 Dunod.

– une solution miracle dite « claquement de doigts » pour résoudre un problème : il faut bien travailler la séance avant et après pour que les résultats soient fructueux ;

– un but en soi : il ne faut pas « faire une séance de créativité » dans le seul but de « faire une séance de créativité » ;

– un objectif d'entreprise : c'est surtout un moyen de trouver de nouveaux concepts.



1. TRIZ est une théorie de problèmes inventifs basée sur l'idée selon laquelle les découvertes et les inventions reposent sur des principes universels.

Copyright © 2016 Dunod.

La séance de créativité est une méthode pour résoudre un problème, pour trouver de nouvelles idées de produits, pour réfléchir différemment sur des solutions techniques, sur une stratégie, sur un nom de produit.

Analogie avec le cinéma

Cinéma	Séance de créativité
Réalisateur	Animateur
Acteurs	Participants
Scénario *Pour un film, les acteurs ne sont pas réunis le jour même sans que rien n'ait été préparé préalablement. Il faut d'abord établir le scénario et choisir les acteurs en fonction.*	Trame de la séance de créativité *Dans une séance de créativité, l'animateur détermine la trame de la séance et choisit ses participants en fonction de celle-ci.*
Matériel (caméra, éclairage…), décor, hébergement et restauration des équipes…	Matériel (paperboard, marqueurs…), réservation de la salle…
Filmer les séquences, diriger les acteurs, monter le film…	Animer la séance, formaliser les résultats, rédiger les fiches idées…
Promotion, avant-première, interviews…	Rédaction du compte rendu, réunion de présentation avec le décideur…

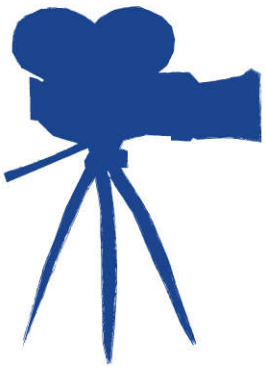
L'animateur comme le réalisateur est au centre du processus. Les participants ne seront vraiment actifs que le jour de la séance, à l'image des acteurs présents uniquement lors du tournage.

Nous ne le dirons jamais assez mais une séance de créativité ne se résume pas à une méthode comme le brainstorming.

La séance de créativité repose sur un principe fondamental : il faut d'abord diverger afin d'ouvrir au maximum le sujet, pour ensuite

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

converger et trouver de nouvelles idées. La première partie est souvent négligée mais elle reste incontournable si l'on veut porter un nouveau regard sur le besoin. Les exemples développés dans ce livre montrent l'importance de l'extravagance de la divergence pour obtenir une convergence fructueuse.

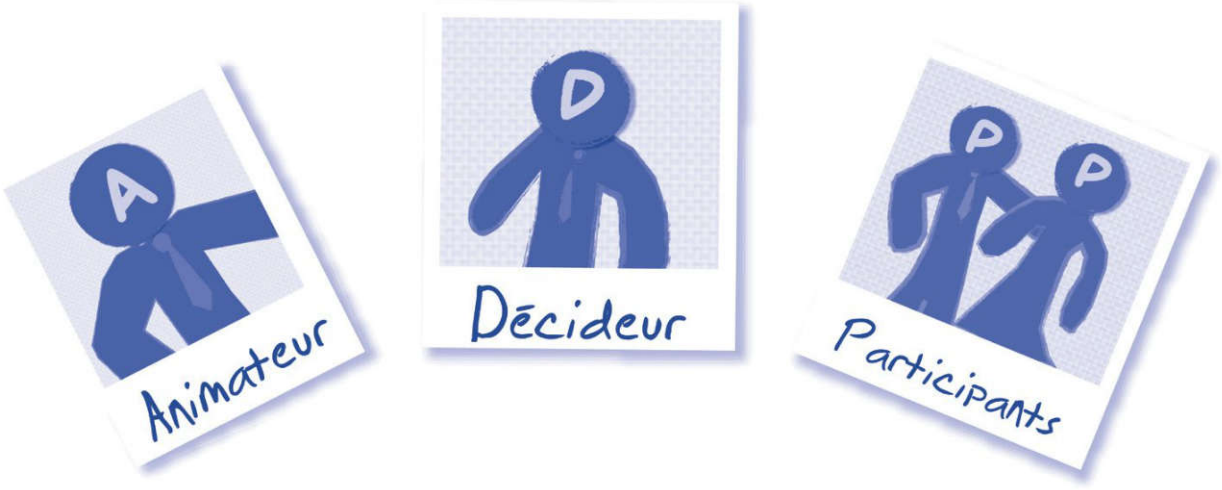


Présentation des personnages

Dans une séance de créativité, trois personnes ou groupes de personnes sont importants. Pour faciliter la compréhension, le propos des auteurs est accompagné d'exemples illustrés, la fonction d'un personnage étant représentée par une lettre inscrite sur son visage.

L'animateur avec un A. Le décideur avec un D. Les participants avec un P. Le lecteur est ici l'animateur.

Copyright © 2016 Dunod.



Partie 1

L'avant séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

Sommaire

Chapitre 1	La définition du besoin	13
Chapitre 2	Résultats et groupes d'une séance de créativité	27
Chapitre 3	Méthodes d'une séance de créativité	33
Chapitre 4	Trames d'une séance de créativité	77
Chapitre 5	Préparatifs de la séance	103

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 1

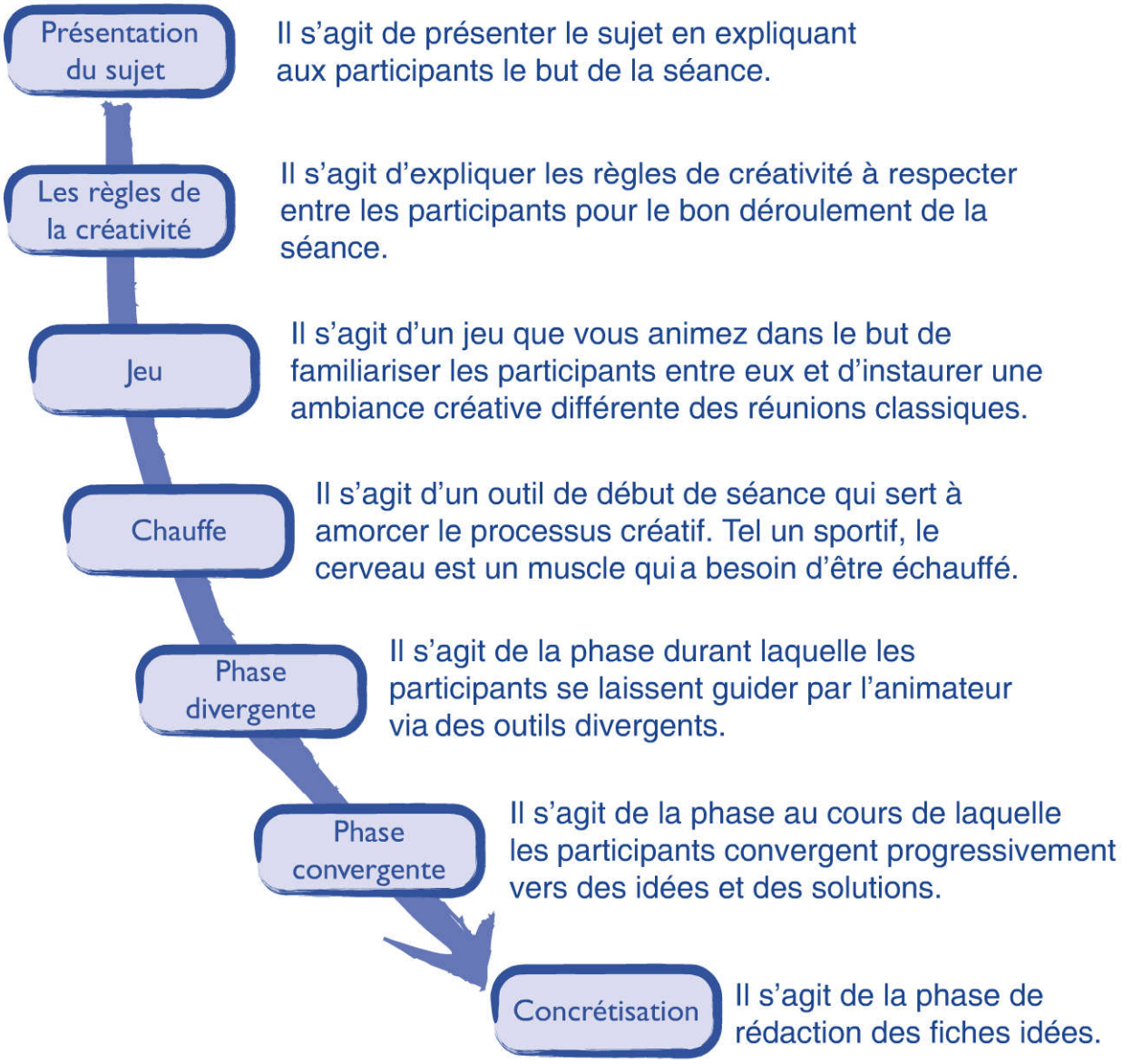
La définition du besoin

Copyright © 2016 Dunod.

- Préambule
- Définir le besoin : un travail entre l'animateur et le décideur

Préambule

Une séance de créativité se décompose en 7 étapes. Il est important de visualiser l'ensemble du processus pour préparer au mieux chacune de ces étapes. Une vision globale permet de mettre en évidence les choix à définir avant la mise en place de la séance.



Copyright © 2016 Dunod.

Définir le besoin : un travail entre l'animateur et le décideur

Une séance de créativité répond au besoin de générer de nouvelles idées pour améliorer ou créer de nouveaux produits. Dans un premier temps, vous devez donc convaincre votre direction que cet exercice est pertinent et efficace. En effet, il s'agit d'une méthode novatrice, aux allures de récréation, qui peut susciter de la méfiance. Lorsque l'utilisation de cette méthode est acceptée, vous pouvez clairement définir le besoin avec le décideur.

Comment convaincre la direction ?

En général, le décideur est souvent le directeur, le chef de produit ou le chef de marché. Sa demande ne sera pas de lancer une séance de créativité mais de définir les produits du futur. Vous devez le convaincre que la séance est un excellent moyen d'y arriver.

Argument n° 1 : le gain de temps

De l'extérieur, le directeur va imaginer qu'une dizaine de ses salariés seront réquisitionnés une journée complète pour générer des idées. À l'heure où l'efficacité au travail induit des réunions d'une durée inférieure à 60 minutes, vous risquez de ne pas trouver écho auprès de votre dirigeant. Vous devez donc tout d'abord expliquer qu'il ne s'agit pas d'une simple réunion, mais d'une session de travail. Ensuite expliquer que, pour obtenir la quantité de résultats produits par une dizaine de participants pendant une séance d'une journée, il vous faudrait travailler ponctuellement avec une cinquantaine de personnes pendant un ou deux mois. En effet, lorsque vous rencontrez des personnes de terrain pour savoir si elles ont des idées d'amélioration de produits, la probabilité de réponses pertinentes est très faible par rapport à celles obtenues lors d'une session de travail en groupe. De plus,

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

vous obtiendrez par ce biais des idées redondantes et peu novatrices. Réunir tous les profils sur une même journée est bien plus efficace qu'aller voir chaque expert un par un. Vous créez des idées pertinentes directement et évitez ainsi les nombreux allers-retours engendrés par une méthode classique.

Une séance de créativité est efficace et permet d'économiser du temps et des ressources.

› Argument n° 2 : la qualité et la quantité des résultats

Le but d'une séance de créativité est d'ouvrir des domaines d'exploration afin d'imaginer des solutions en rupture avec le quotidien. Ce type de travail favorise l'ouverture d'esprit et la prise de recul. Il ne suffit pas d'être créatif pour trouver l'innovation du siècle. Envisager l'entreprise avec une personne imaginative capable de définir les produits de demain est très risqué. La séance de créativité est à l'encontre de ce principe, elle est basée sur la génération d'idées en groupe, sur le partage et l'échange. L'intérêt est la démultiplication systématique, une idée en génère une autre qui en génère une autre, et ainsi de suite.

Vous devez donc expliquer à votre directeur qu'hormis disposer d'un génie qui ne cesse de produire de nouvelles idées, la solution réside dans le travail collectif pour exploiter le potentiel créatif du groupe plutôt que celui de chacun. Vous ne pourrez jamais espérer obtenir le même type de résultats individuellement et en groupe.

En créativité 1+1 = 3

Une séance de créativité permet de générer de meilleures idées et en plus grande quantité qu'une recherche individuelle.

Copyright © 2016 Dunod.

› Argument n° 3 : une dynamique créative

Grâce à cette session de travail, vous allez générer une dynamique créative. Au cours de l'animation, vous devez fédérer le groupe et créer des liens forts. Cette démarche se poursuivra au-delà de la séance. Vous avez un formidable atout auprès de vos collaborateurs qui vous apporteront de nouvelles idées même après la séance. Cet exercice a pour but d'éveiller une réflexion constructive qui ne s'arrête pas juste après la fin de la séance. Les participants se sentent impliqués dans l'entreprise et hésitent moins à exprimer des idées. C'est aussi le moyen de relancer un projet car l'énergie des participants rejaillit sur le groupe projet (des nouvelles idées, de l'envie, un sentiment de soutien).

Une séance de créativité apporte une image positive et dynamique de l'entreprise, elle fédère les équipes et entraîne une meilleure communication.

◗ Le thème et le but d'une séance de créativité

L'objectif d'une séance de créativité est de répondre à un besoin identifié. Une des clés de la réussite est de définir clairement ce besoin.

Pour réaliser cette tâche, vous devez remplir une fiche de définition appelée fiche RECAP (RE définir le CAP) avec le décideur.

Pour comprendre l'intérêt de définir le besoin, voici un exemple illustrant la différence entre le thème et le but d'une séance de créativité.

Le directeur Recherche & Développement d'une société de fabrication de matériels HiFi vous demande de trouver de nouvelles idées de téléviseurs. Cette définition du sujet est incomplète et trop vaste pour

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

que vous puissiez réaliser votre séance. En effet, à travers les mots « nouvelles idées de télévisions », un certain nombre de questions doivent être élucidées pour bâtir le déroulement. Par exemple, dans combien d'années ces idées doivent voir le jour ? 10 ans, 30 ans ? À qui ces télévisions seront-elles destinées ? Quels types de résultats le directeur souhaite-t-il obtenir ? Quel niveau de détails ? Quelles sont les contraintes liées au sujet ?

Ces questions sont indispensables à l'élaboration de la séance de créativité. Elles permettront de choisir les participants, les méthodes et les thèmes les plus adaptés aux attentes du décideur. Il faut donc dissocier le thème « nouvelles idées de télévision » et le but « la télévision familiale des 10 prochaines années ».

Qui définit le besoin ?

En général, le décideur est souvent le directeur ou le chef de produit ou le chef de marché. Il s'agit de la personne qui crée l'offre produit. Cette personne connaît le marché, les opportunités et les menaces pesant sur son offre.

Dans le cas de l'exemple du fabricant de matériel HiFi, le décideur pourra alors établir qu'il existe un manque au niveau des téléviseurs bas de gamme à écran plat. Le rôle de l'animateur sera de comprendre et d'assimiler le sujet. Il doit également savoir jusqu'où il peut conduire la créativité.

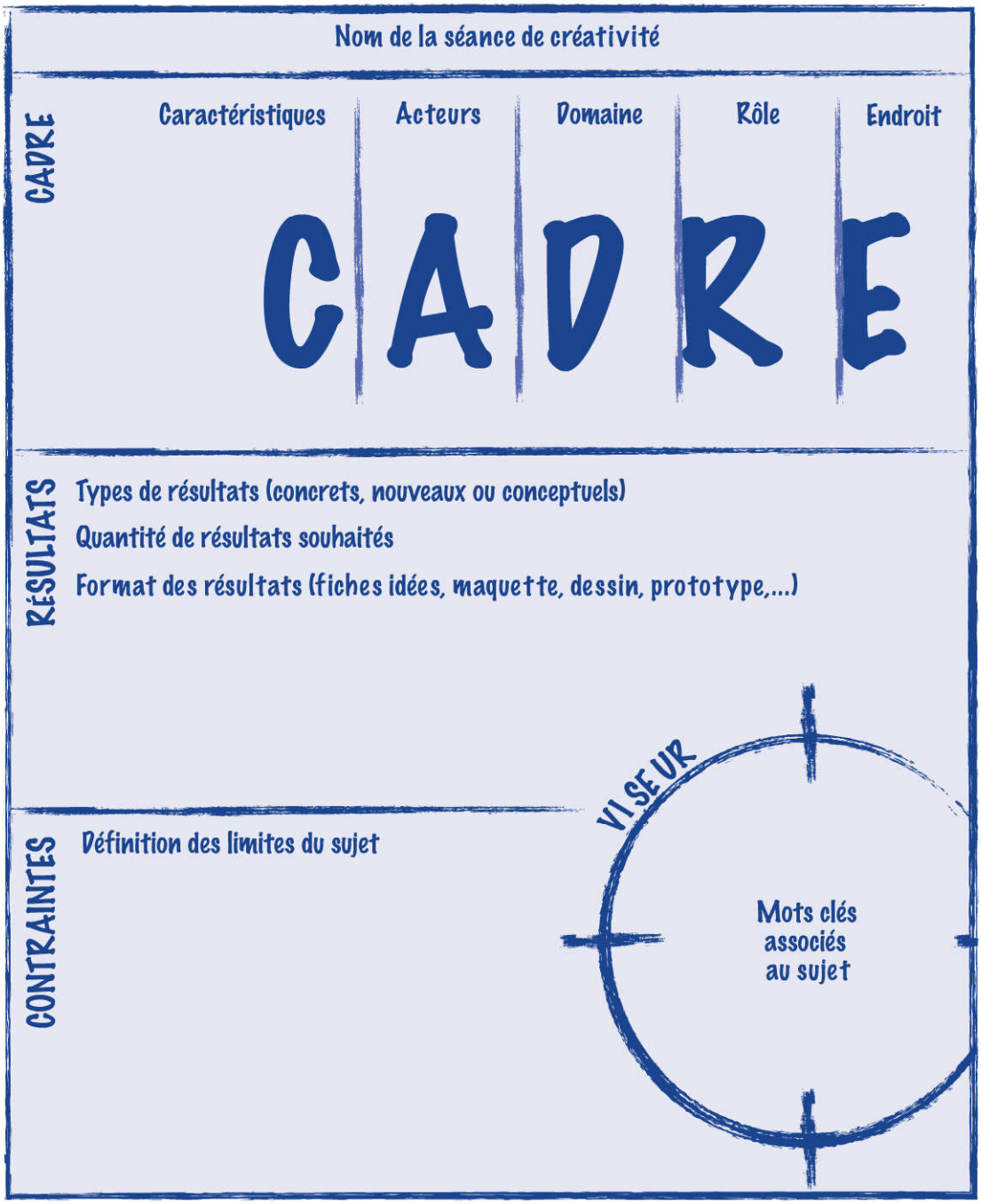
Le dialogue entre décideur et animateur est crucial pour la réussite d'une séance de créativité, la fiche RECAP est un support utile à cette étape.

Il arrive que le décideur soit l'animateur : pour autant, la réflexion sur le

Copyright © 2016 Dunod.

besoin doit être maintenue car elle est essentielle pour la réussite de la séance.

La fiche RECAP (RE définir le CAP)



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Détail des items de la fiche RECAP

L'exemple ci-dessous décrit les différents items de la fiche RECAP. Le directeur du département R&D d'une société de fabrication de matériels de fitness souhaite créer les tapis de course du futur. L'animateur remplit avec son directeur la fiche RECAP.

Le cadre

Le sujet est divisé en 5 parties : « caractéristiques », « acteurs », « domaine », « rôle » et « endroit ». Ces différentes parties permettent de balayer l'ensemble des questions nécessaires à une bonne définition du cadre de travail.

• Caractéristiques

Il s'agit de définir les caractéristiques du sujet de la séance de créativité. Par exemple, dans le cas des tapis de course, une des caractéristiques est de permettre de courir à une vitesse supérieure à 6 km/h.

Généralement, les caractéristiques concernent la technique, mais il est nécessaire de s'attacher également à la fonction. Il faut donc répondre à la question « **à quoi cela sert ?** ».

• Acteurs

Dans cette partie, il s'agit de définir les acteurs concernés par le sujet. Parmi ces acteurs, figurent la cible client, les utilisateurs et les clients intermédiaires. Généralement, le demandeur connaît bien son marché et souhaite mettre en place une séance de créativité car il a décelé un manque sur ce marché.

L'item « acteurs » doit répondre à la question **« à qui s'adresse le produit ? »**. Dans notre exemple, les acteurs peuvent être « les coureurs occasionnels ».

Copyright © 2016 Dunod.

• Domaine

Il s'agit de définir le domaine qui entoure le sujet. Quels produits y sont rattachés ? Quels services y sont associés ? Le demandeur autorise-t-il un changement de domaine ? Par exemple, si le sujet concerne les tapis de course pour les particuliers, les produits environnants sont la décoration intérieure, l'accès à internet, la télévision, etc. Si le « sujet » est centré sur les tapis de course destinés aux centres de fitness, le « domaine » englobe l'ensemble des produits et services d'une salle de sport (machines de musculations, piscine, etc.).

• Rôle

Proche des caractéristiques, l'item « rôle » s'apparente à la fonction du produit. La question sous-jacente est « **dans quel but, le produit sera-t-il utilisé ?** ». Dans notre exemple, un des rôles peut être de mesurer la performance du coureur ou d'éviter l'ennui.

• Endroit

Il s'agit de répondre à toutes les questions concernant le lieu et le produit. **Où le produit sera-t-il utilisé ? Où sera-t-il vendu ? Quels lieux d'utilisations sont autorisés pour celui-ci ?**

Par exemple, le sujet de la séance de créativité se focalisera sur les tapis de course d'intérieur (appartement et maison) vendus sur Internet.

› Les résultats

Dans l'encadré « résultats », vous devez définir avec le décideur le type de résultats souhaités. Pour vous aider, 3 catégories ont été créées : concrets, nouveaux et conceptuels[1].

1. Les types de résultats sont définis dans la partie « L'avant séance de créativité », chapitre « Résultats et groupes d'une séance de créativité ».

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Ce choix est prépondérant car il guide l'ensemble de la séance de créativité. Vous devez donc expliquer chaque catégorie de résultats pour être sûr d'être en accord avec les attentes du décideur.

Enfin, vous devez connaître le format des résultats souhaités. L'approche classique est la fiche idée[1]. Cependant, il existe d'autres formes de résultats comme les maquettes, les prototypes, les dessins, les mises en scènes, etc. Généralement, le décideur n'impose pas de contraintes particulières. Néanmoins, c'est un excellent moyen pour discerner ses attentes.

› Les contraintes

Une séance de créativité permet de changer les repères et d'explorer diverses possibilités. Cependant, l'objectif de la séance impose des éléments constants (contraintes) qui ne peuvent être modifiés. Dans l'exemple du tapis de course, une « contrainte » peut être la taille de l'objet. Cette contrainte est directement liée à la séance de créativité car les idées des participants qui émergeront devront y répondre positivement. Les participants devront inclure la problématique de l'encombrement dans le développement de leurs idées.

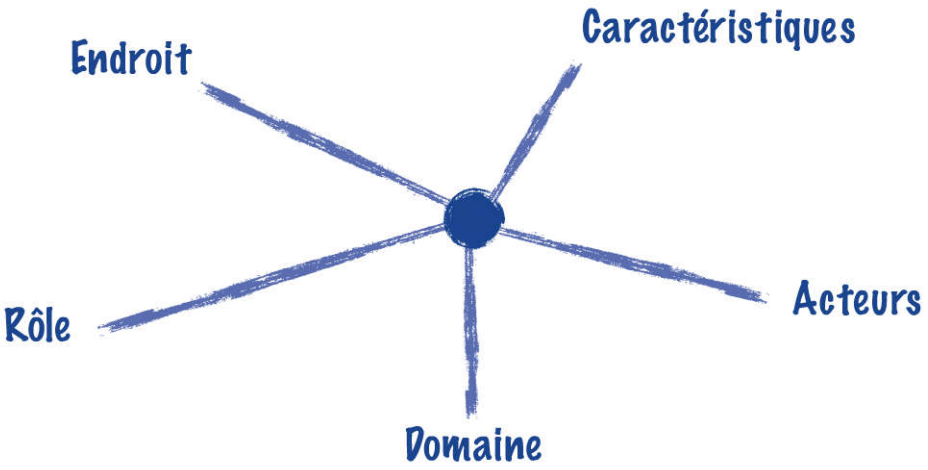
Dans le cas où cette contrainte est un point essentiel pour le décideur, elle peut constituer à elle seule le cœur de la méthode.

Pour vous aider dans l'identification des contraintes, nous vous proposons un outil à partir de l'encadré « CADRE ».

Sur une feuille, inscrivez l'ensemble de vos items en étoiles.

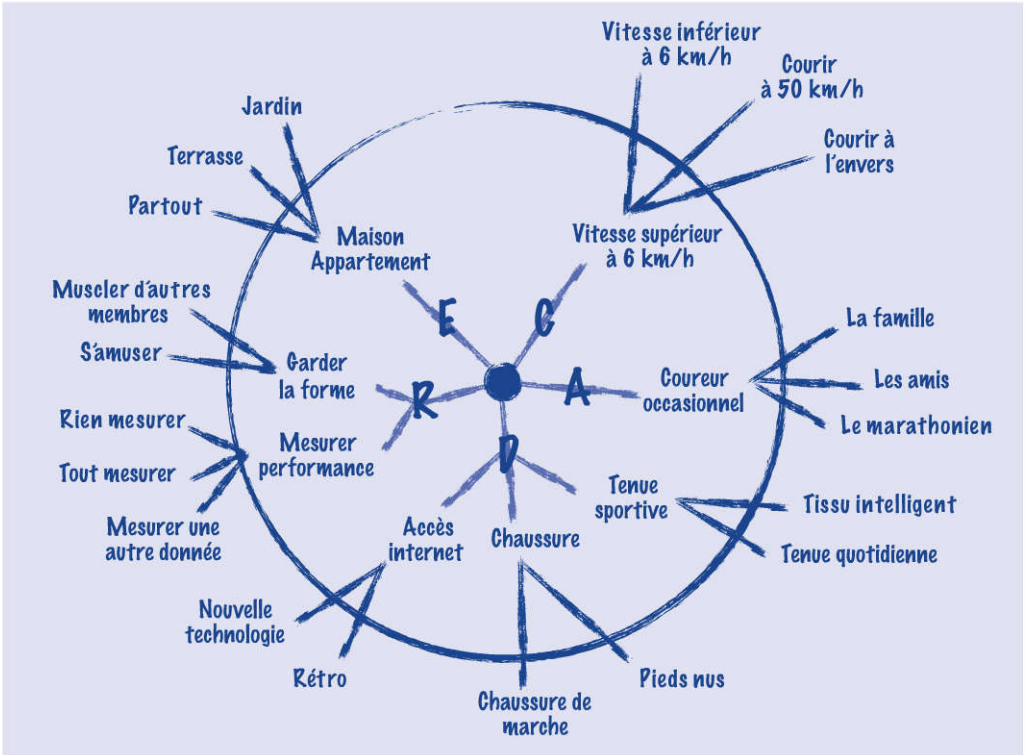
Copyright © 2016 Dunod.

1. Le détail de la fiche idée se trouve dans la partie « La séance de créativité », chapitre « Concrétisation ».



Ensuite, pour chaque élément, cherchez les limites de votre sujet afin de définir les résultats inintéressants pour le décideur.

- **Les caractéristiques** : l'une d'entre elles est de permettre de courir à plus de 6 km/h. Les limites sont « courir à moins de 6 km/h », « courir à 50 km/h » ou « courir à l'envers ». Le décideur avec cet exercice, aura sous les yeux l'ensemble des pistes à explorer sur son sujet. Il pourra alors choisir les axes qu'il souhaite approfondir et les limites qu'il ne souhaite pas dépasser.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

- **Les « acteurs »** (clients/utilisateurs/organisations/associations…) : vous pouvez réfléchir sur leur identité, leur évolution et identifier lesquels sont accessibles. Dans l'exemple, les limites permettent d'identifier la famille. Le décideur peut alors choisir de creuser cette voie. La séance de créativité sera donc orientée sur la famille et la course à pied à la maison.
- **Le « domaine »** : les limites permettent de voir si le décideur est prêt à le modifier. L'accès à internet n'est pas encore utilisé sur les tapis de course à pied, le décideur peut choisir de ne pas explorer cette technologie.
- **Le « rôle »** : il faut imaginer les nouveaux bénéfices que peut apporter le produit à son utilisateur.
- **L'« endroit »** : il faut chercher des lieux d'utilisation nouveaux. L'exemple ne s'y prête pas mais il est souvent utile de s'interroger sur l'évolution du lieu d'utilisation. Si vous développez un tapis de course dans les dix ans à venir pour les salles de sports, il faut s'interroger sur la salle de sport du futur.

Une fois cette étape réalisée, le décideur sélectionne les limites qu'il ne souhaite pas dépasser.

Ceci constitue la base du choix des thèmes des méthodes qu'utilise l'animateur.

› Le viseur

Cet encadré est transversal aux trois autres, vous le remplirez au fur et à mesure de votre séance de travail avec le décideur. Dans « le viseur », vous écrirez tous les mots-clés concernant le sujet. Si au terme de la discussion, vous n'avez pas de mots-clés, demandez-lui de vous en donner au moins trois.

Dans l'exemple du tapis de course, les mots-clés sont : courir, sur place, intérieur, plaisir, technologie…

Copyright © 2016 Dunod.

Cet exercice permet de créer une liste de mots qui alimente les méthodes.

› Le nom de la séance de créativité

Le nom de la séance de créativité est le dernier point à aborder avec le décideur. Il est la conclusion de votre session de travail et ne peut être trouvé qu'à ce moment-là.

Ce nom doit être volontairement évasif et entraîner à la créativité. Il permet de questionner et d'alimenter l'imagination des participants avant même de commencer la séance.

Dans l'exemple du tapis de course, le nom de la séance pourrait être : « courir sur place ».

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 2

Résultats et groupes d'une séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

- Types de résultats d'une séance de créativité
- Types de groupes d'une séance de créativité
- Relation entre groupes et résultats

Types de résultats d'une séance de créativité

Le type de résultats de la séance de créativité déterminera :

- le choix de l'enchaînement des méthodes ;
- le choix des méthodes de créativité ;
- le choix du profil des participants.

Pour simplifier cette étape, nous retiendrons 3 types de résultats.

Concrets	Nouveaux	Conceptuels

Les résultats concrets

Définition

L'appréhension des résultats est technique. De ce fait, par résultats concrets, nous entendons la recherche de solutions à un problème technique, le développement de produit, de gamme, l'amélioration de produit…

Exemples de séances de créativité

- Développer une nouvelle manière de freiner en roller.
- Imaginer de nouveaux jeux pour une console de jeux sportifs.
- Créer une gamme de tire-bouchons avec un système d'ouverture révolutionnaire.
- Améliorer les échanges thermiques dans une pompe à chaleur.

Copyright © 2016 Dunod.

Les résultats nouveaux

Définition

Il s'agit des nouveaux produits, des produits de demain. Nous partons d'un besoin ou d'une contrainte pour définir le sujet de la séance. Concernant ces résultats, nous pouvons parler de rupture.

Exemples de séances de créativité

- Concevoir le fauteuil de bureau de demain.
- Comment inciter les citoyens à prendre les transports en commun.
- Définir les sports « nouvelle génération ».
- Trouver de nouveaux usages à la supraconductivité.
- Imaginer un nouveau concept d'émissions de télévision.

Les résultats conceptuels

Définition

Il s'agit de définir des produits pour un futur plus lointain. Le « concept car » en est un exemple. Ces résultats dits « visionnaires » prennent en compte l'évolution de la société. De ce fait, le sujet de la séance de créativité peut porter sur une technologie qui n'est pas encore développée ou encore trop chère pour l'intégrer dans les produits.

Exemples de séances de créativité

- Comment utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication à des fins publicitaires ?
- À quoi ressemblera l'ordinateur dans 20 ans ?

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

- Définir le mobilier intelligent de l'avenir.
- Définir l'habitat du futur.

Types de groupes d'une séance de créativité

Des profils bien spécifiques...

La réussite d'une séance de créativité dépend du choix des méthodes et des participants. En effet, certaines méthodes sont plus adaptées à une certaine catégorie de personnes.

Le choix des participants est donc primordial. Souvent, ces préférences sont liées à leur fonction dans l'entreprise : un ingénieur d'étude sera plus productif avec des méthodes combinatoires puisqu'il est habitué à ces pratiques dans son travail.

En extrapolant, nous vous proposons 3 groupes à partir des fonctions ou métiers dans l'entreprise.

- **Les pragmatiques :** les ingénieurs d'études, les acheteurs, les scientifiques, les techniciens, les projeteurs… ;
- **Les polyvalents :** les chefs de produits, les chefs de projets, les chefs de marchés, les secrétaires… ;
- **Les imaginatifs :** les designers, les graphistes, les responsables innovations ou marketing…

Cette répartition présente des limites car un acheteur peut très bien être à l'aise avec les imaginatifs et un graphiste avec les pragmatiques. Cette première segmentation reste pratique si vous ne connaissez pas les participants car, en règle générale, leur fonction détermine leur catégorie.

Il est évidemment plus facile de constituer un groupe de créativité avec des profils que vous connaissez déjà.

Copyright © 2016 Dunod.

Les pragmatiques

Il s'agit des personnes très à l'aise dans le combinatoire, c'est-à-dire ayant une forte capacité à analyser, à faire des parallèles. Ce sont des personnes pragmatiques et, en extrapolant, ces personnes peuvent même être réticentes à la créativité. La phase de divergence peut les refréner car ce mode de réflexion ne leur est pas familier. Vous devrez donc les mettre en confiance et les rassurer.

Les polyvalents

Il s'agit des personnes qui sont à l'aise dans l'ensemble des logiques de créativité.

Les imaginatifs

Il s'agit de personnes très à l'aise dans le conceptuel et l'imaginaire. Ces participants permettent de trouver des résultats visionnaires. La partie convergente de la séance de créativité leur est plus difficile : vous devrez être un guide pour canaliser leur énergie créative.

Relation entre groupes et résultats

Le type de résultats détermine le type de groupe...

Vous devez choisir vos participants en fonction du type de résultats que vous souhaitez obtenir en fin de séance. Ne pas respecter cette règle compliquera fortement l'animation de la séance. Le tableau ci-dessous résume les concordances entre le groupe et les résultats.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Résultats concrets	Le groupe doit être composé majoritairement de « pragmatiques ». Complétez avec des « polyvalents ».
Résultats nouveaux	Le groupe doit être composé majoritairement de « polyvalents ». Complétez avec des « pragmatiques » et des « imaginatifs ».
Résultats conceptuels	Le groupe doit être composé majoritairement d'« imaginatifs ». Complétez avec des « polyvalents ».

Cette règle de concordance n'est pas évidente à respecter. En entreprise, le groupe projet peut être nommé d'office comme participant. Vous devez expliquer au décideur qu'en cas de groupe prédéfini il sera difficile de garantir le type de résultats en fin de séance.

Si toutefois, vous n'avez pas le choix sur les participants, vous devrez alors favoriser les exercices en groupe avec des profils en accord. Le but est d'éviter de trop mélanger des pragmatiques avec des imaginatifs. Vous pourrez ainsi adapter vos méthodes en fonction de ces petits groupes. Cette pratique demande néanmoins un minimum d'expérience dans l'animation de séance.

Lors du choix des participants, vous devez diversifier les personnes d'une même catégorie. Par exemple, dans la sélection de personnes de la catégorie « polyvalents », diversifiez en fonction du sexe, de l'âge, des services… Les résultats seront plus riches. En revanche, il est déconseillé de prendre des personnes dont l'écart hiérarchique est supérieur à 2. Ce conseil n'est pas une règle. Vous êtes seul juge et à même de voir si la hiérarchie posera problème pour la séance.

Un exercice difficile mais souvent très enrichissant consiste à prendre des participants extérieurs à l'entreprise, par exemple des utilisateurs. Il est préférable dans ce cas d'avoir déjà animé au moins cinq séances de créativité auparavant.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 3

Méthodes d'une séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

- Méthode chauffe
- Méthode mind mapping
- Méthode brainstorming direct
- Méthode brainstorming indirect
- Méthode analogie
- Méthode inverse
- Méthode matrice tableau
- Méthode matrice croisée
- Méthode mise en situation
- Méthode scénario

Une base solide pour commencer…

Pour organiser une séance de créativité, il faut réfléchir aux méthodes utilisées (ou enchaînement de méthodes). Ces méthodes sont choisies en fonction des résultats souhaités, du type de participants et de votre expérience en créativité.

Il existe plus d'une centaine de méthodes de créativité.

L'objectif de cet ouvrage n'est pas de décrire les 100 méthodes de créativité mais d'en maîtriser un certain nombre et d'apprendre à les combiner entre elles.

Nous avons sélectionné 9 méthodes de créativité regroupées en 4 catégories : Associative, Analogique, Combinatoire et Changement de repère.

Catégorie	Méthode	Expérience*	But
Associative	Chauffe	*	Outil de base servant à échauffer le cerveau vers des méthodes créatives
	Mind mapping	*	Outil servant à "éclater" un mot pour en définir les évocations, les inspirations. Outil utile pour lancer un groupe et pour utiliser les résultats dans d'autres méthodes
	Brainstorming direct et indirect	*	Outil de base servant à aller plus loin dans une solution ou à compléter et finir une autre méthode
Analogique	Analogie	**	Outil servant à chercher des solutions dans un contexte différent pour pouvoir les appliquer ensuite au contexte du sujet
	Inverse	**	Outil servant à chercher les solutions au problème inverse
Combinatoire	Matrice tableau	**	Outil permettant de croiser 2 bases de données
	Matrice croisée	**	Outil permettant de croiser de 3 à 5 bases de données

Copyright © 2016 Dunod.

Change-ment de repère	Mise en situation	**	Outil servant à travailler une composante des résultats souhaités
	Scénario	***	Outil servant à aller très loin dans l'imaginaire

Les * correspondent à un classement selon le niveau de difficulté de la méthode. Il est conseillé, pour une personne qui débute, de commencer par les * et **.

Méthode chauffe

Fonction

La principale fonction de cette méthode est de « chauffer » le cerveau des participants. Cette méthode, ludique et amusante, vous permet de commencer en douceur le processus créatif.

La chauffe vous permet également de casser le cadre classique de travail. Dans la suite de la séance, les participants travailleront sur des méthodes non conventionnelles, cet outil est donc une bonne approche pour préparer votre groupe à une originalité crescendo.

Quand utiliser cette méthode ?

La méthode chauffe est une méthode de début de séance.

Durée moyenne

15 minutes

En pratique, c'est quoi ?

La chauffe s'appuie sur la logique associative. Vous prenez des mots du viseur de la fiche RECAP et les répartissez entre les participants.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Sélectionnez trois mots. Vous écrivez, sur une feuille de paperboard, un des trois mots. Vous demandez ensuite au groupe de travail ce que ce mot évoque. Les participants s'expriment à voix haute et vous notez le premier mot qui vient sur la feuille de paperboard. Ensuite vous demandez ce qu'évoque ce nouveau mot et ainsi de suite. Vous obtenez une liste de mots qui s'éloigne progressivement de l'idée originale.

En général, un seul mot suffit pour que le groupe se libère.

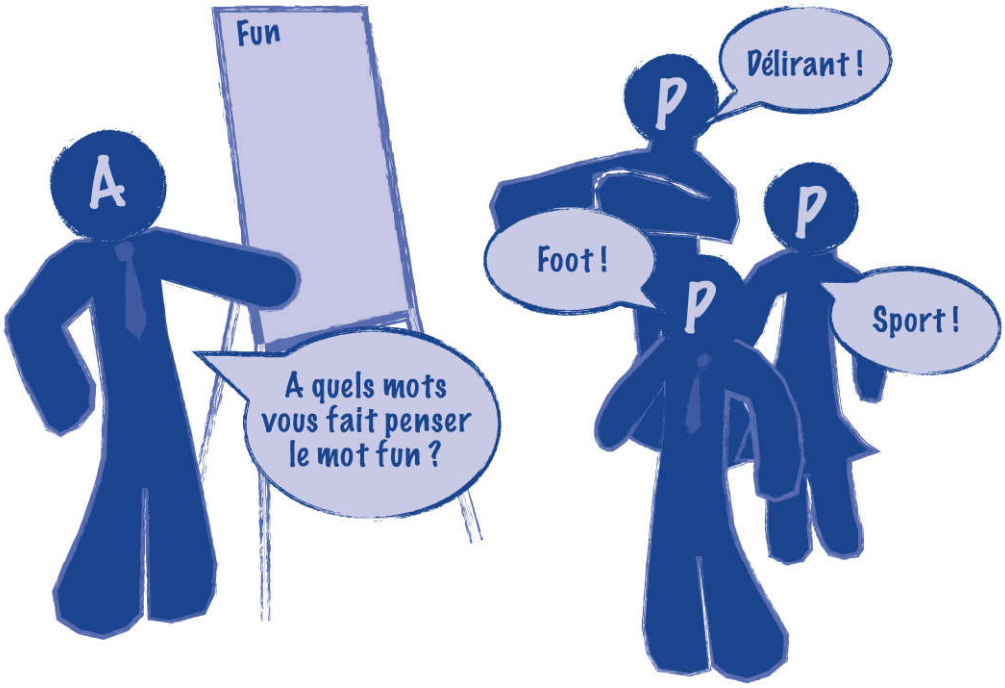
EXEMPLE

- **Sujet de la séance :** le téléphone portable pour les jeunes.
- **Limites :** je définis les limites, par exemple un téléphone intégrant un élément révolutionnaire pour plaire à la cible des adolescents : un nouveau système d'ouverture ou des coques personnalisées.
- **Déroulement :** vous commencez la chauffe avec le mot « fun ». Vous écrivez ce mot sur une feuille de paperboard et vous demandez ce qu'évoque ce mot.

« Fun > délirant > sport > foot > ballon > air > montgolfière > vertige > peur > araignée > velue > poil > rasoir… »

Il ne faut pas avoir peur de s'éloigner du contexte. Le but est d'éveiller toutes les connexions du cerveau des participants afin de créer des déclics.

Copyright © 2016 Dunod.

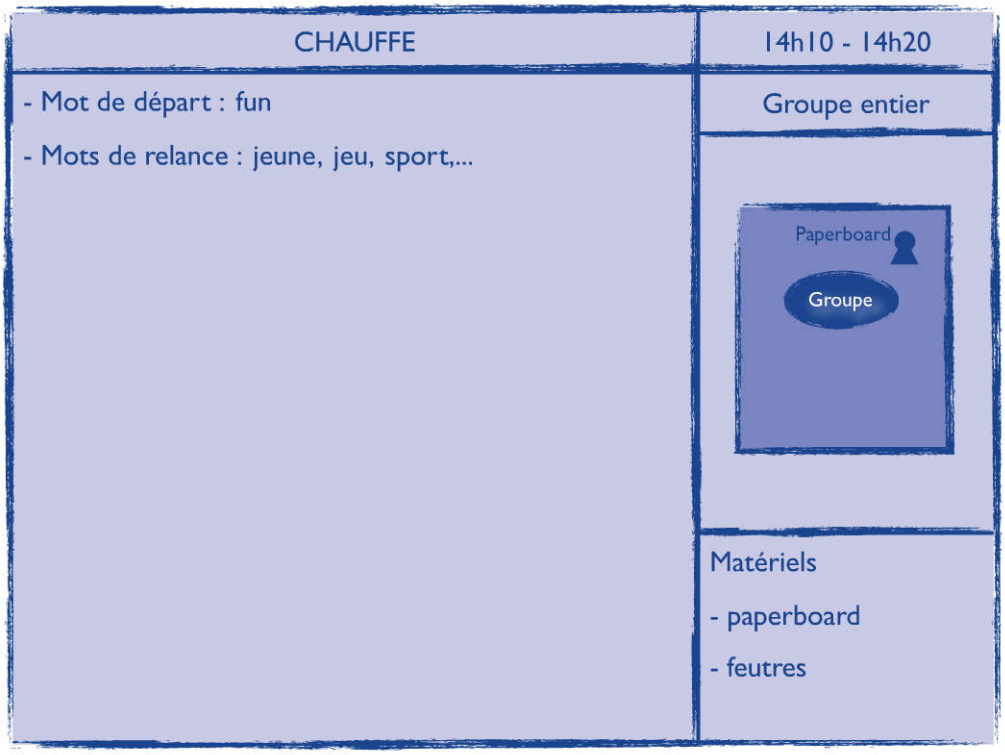


Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Les résultats de la chauffe ne sont pas nécessairement utilisés par la suite. Cependant, la chauffe est importante pour la réussite d'une séance car elle permet de faire le vide et de bousculer les habitudes. Concrètement, il est très rare que des résultats surviennent lors de la chauffe. Mais faire abstraction de la chauffe peut altérer la séance.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Fiche associée à la chauffe pour le carnet de route[1]



Les mots de relance servent à raviver la chauffe en cas d'épuisement du groupe sur le mot de départ.

En quinze minutes, il est rare d'utiliser tous les mots de relance.

Copyright © 2016 Dunod.

Méthode mind mapping

Fonction

La fonction principale du mind mapping est de définir les contours du sujet.

1. Explication de la typographie de la fiche associée en Partie I « La séance de créativité », chapitre « Le carnet de route ».

Cet outil permet de s'éloigner progressivement du sujet. Il comporte un aspect ludique et amusant car la présentation est très graphique.

Quand utiliser cette méthode ?

Cette méthode est adéquate pour la première partie de séance.

Durée moyenne

15 minutes

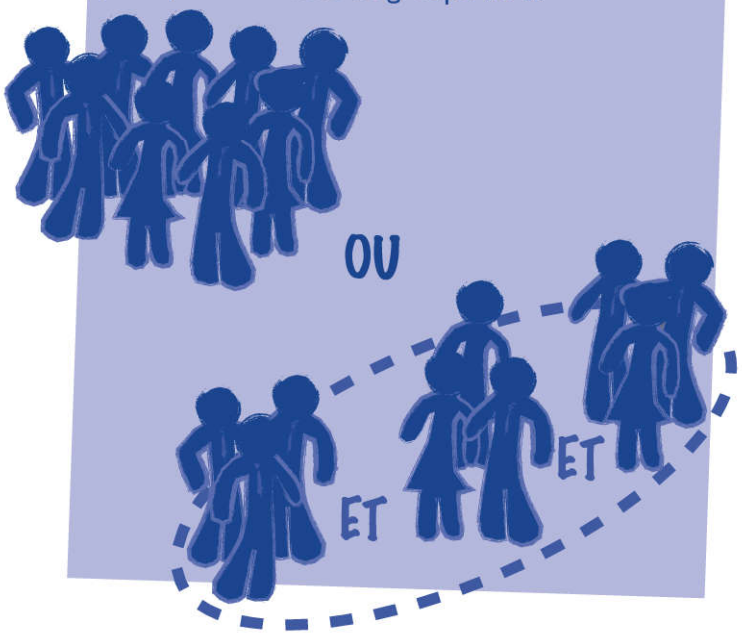
En pratique, c'est quoi ?

Le mind mapping est une méthode proche de la chauffe. Les participants éclatent un mot central sous forme de listes. La particularité réside dans la présentation.

Le premier mot est inscrit au centre de la feuille. L'animateur demande ce que ce mot évoque et inscrit les résultats autour du mot central en les reliant par des branches et ainsi de suite, ces mots seront à leur tour éclatés.

Avec qui ?

Cette méthode se pratique en groupe entier. Si le groupe connaît déjà la méthode, elle se pratique facilement en groupe de 3.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

EXEMPLE

Sujet de la séance : trouver une nouvelle façon d'ouvrir un téléphone portable.

L'animateur choisit de développer le mot « ouverture ».

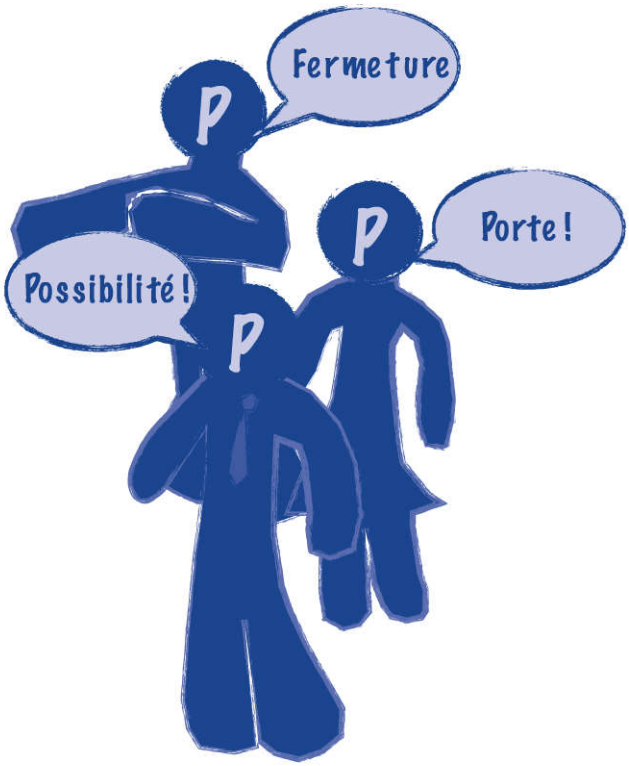
• **Étape 1**

L'animateur inscrit le mot « ouverture » au centre du paperboard et demande aux participants ce que leur évoque ce mot.

• **Étape 2**

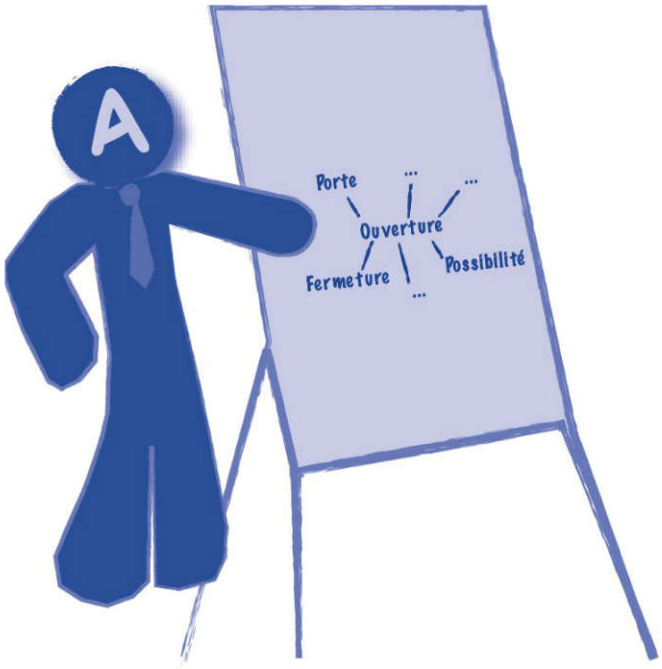
Les participants s'expriment sur les évocations du mot « ouverture ». Par exemple : porte, possibilité, fermeture…

Copyright © 2016 Dunod.



• Étape 3

L'animateur inscrit ces mots autour du mot central en les reliant par un trait. Il ne faut pas dépasser huit mots, sinon le mind mapping devient illisible.



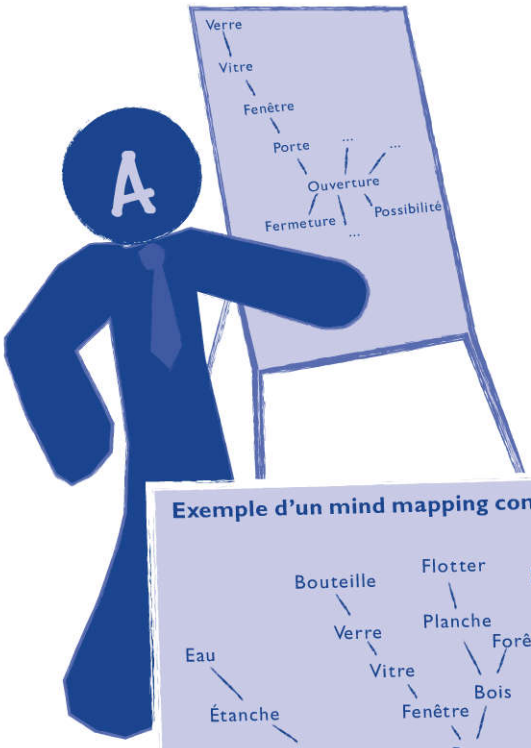
Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

• Étape 4

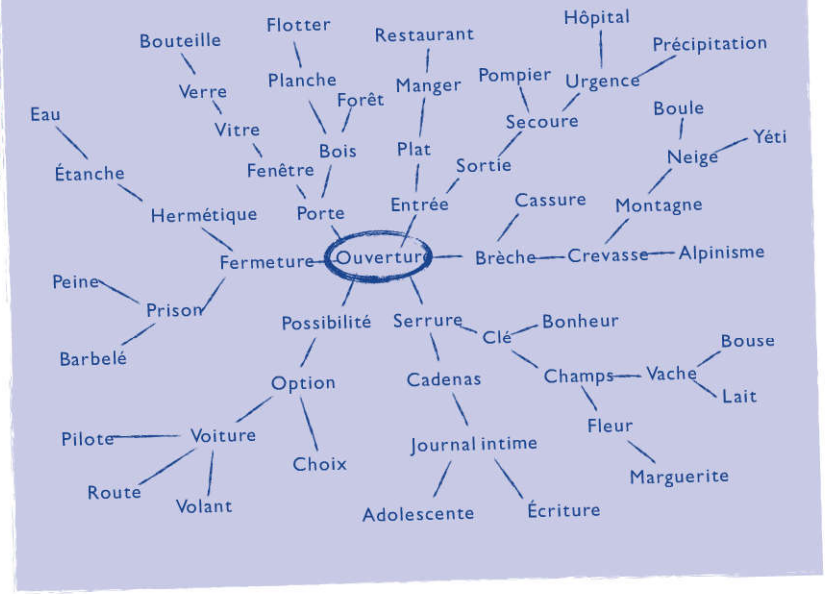
Les participants choisissent une branche et la développent.

Par exemple, la branche « porte » avec « fenêtre », « vitre », « verre »…

Une fois qu'une branche est terminée, par manque de place ou d'inspiration, l'animateur relance avec une autre branche.



Exemple d'un mind mapping complet



Copyright © 2016 Dunod.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

La manière la plus classique d'utiliser cette méthode est de faire un mini brainstorming juste après et d'observer parmi les mots trouvés quelles solutions sont applicables au sujet. Avec l'exemple de l'ouverture du téléphone portable, le mot « ouverture » peut conduire au mot « fleur ». Les participants peuvent alors réfléchir sur ce que serait une ouverture « fleur ». Ils peuvent s'inspirer de l'éclosion de la fleur pour trouver un mode d'ouverture.

Le mind mapping peut être utilisé comme méthode de divergence pour amener le groupe à une phase créative. Les résultats du mind mapping ne servent pas concrètement, ils sont un simple moyen de s'évader.

La dernière option est d'utiliser les résultats pour d'autres méthodes telles que les matrices ou les scénarios. Ce choix implique beaucoup le groupe car il s'intègre dans une trame. Il faut alors faire une sélection des idées principales issues du mind mapping. Libre à vous de trouver le mode de sélection (les 10 mots préférés, tous les mots de la quatrième branche, au hasard…), cela dépendra essentiellement de l'outil que vous utiliserez après. Ces choix seront développés dans la section « choix des méthodes ».

Option la plus utilisée

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut un mot. À la sortie, vous obtenez une liste de mots.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Fiche associée au mind mapping pour le carnet de route

MIND MAPPING	14h10 - 14h20
- Expliquer en quelques mots ce qu'est un mind mapping (exemple : fruit - pomme - ver - terre - ...) - Mot de départ : ouverture	Groupe entier Matériels - paperboard - feutres

Méthode brainstorming direct

Fonction

La fonction principale du brainstorming direct est de trouver des idées sur un sujet donné en rebondissant sur celles des autres participants.

Avec qui ?

Cette méthode se pratique en groupe entier.

Copyright © 2016 Dunod.

En pratique, c'est quoi ?

L'animateur commence par poser une question simple sur le sujet. Les participants répondent à haute voix tout en rebondissant sur les idées des autres.

Cette méthode est basée sur le principe de la démultiplication systématique. Une idée exprimée engendre une dizaine d'autres idées.

Le rôle de l'animateur est primordial. D'une part, lorsqu'il y a émulsion d'idées, car il doit freiner sans frustrer. D'autre part, lorsqu'au contraire le groupe est en pénurie d'idées, il doit alors relancer.

Le but de l'exercice est d'avoir un maximum d'idées sur un sujet.

Dans l'animation d'un brainstorming, vous devez pratiquer la reformulation. Sans cesse revenez sur l'idée énoncée par le participant avec des phrases comme : « si j'ai bien compris, ton idée c'est… », « j'ai entendu une idée sur… », « peux-tu expliquer ton idée avec d'autres mots… ».

Quand utiliser cette méthode ?

Cette méthode est adéquate pour la première partie de séance.

Elle sert aussi à conclure certaines méthodes. Nous parlerons alors de mini-brainstorming.

Durée moyenne

15 minutes

EXEMPLE

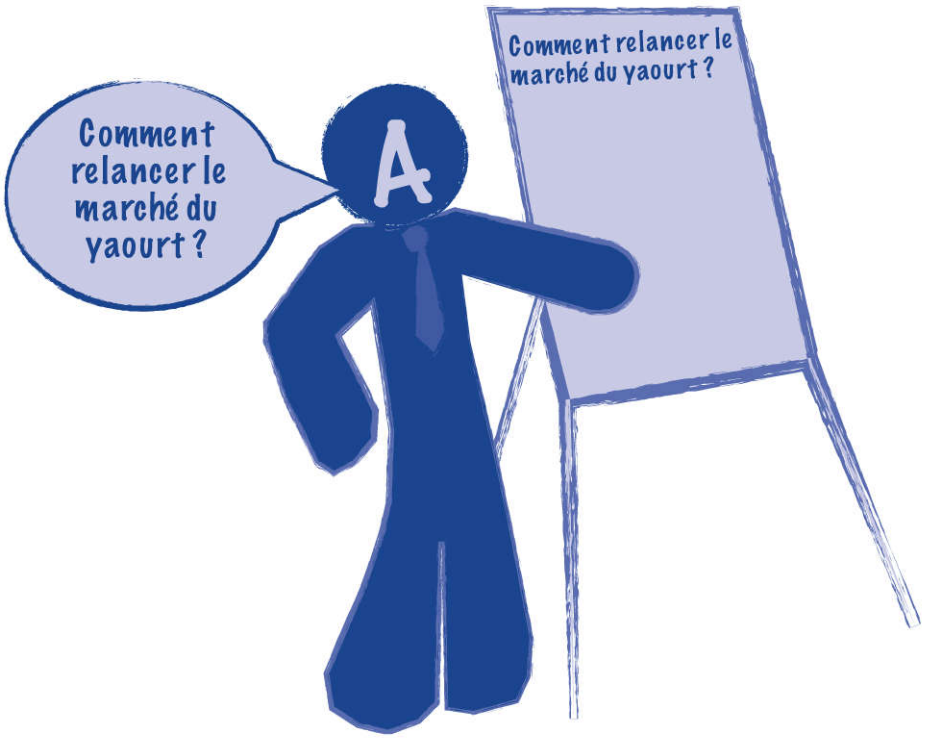
Sujet de la séance : les produits laitiers de demain.

L'animateur choisit de poser comme question de départ : « comment relancer le marché du yaourt ? »

- **Étape 1**

L'animateur écrit sur le paperboard la question de départ.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.



• Étape 2

Les participants donnent des idées en vrac que l'animateur note sur le paperboard. Les participants rebondissent sur les idées des autres.

Copyright © 2016 Dunod.

- Étape 3

Lorsque que vous constatez que l'attention se relâche, posez des questions de relance du type : « citez-moi des exemples de produits qui ont connu une deuxième jeunesse ».

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Le brainstorming direct permet d'obtenir une liste d'idées qui ne seront pas nécessairement des idées finales répondant au sujet de la séance.

Les résultats du brainstorming direct peuvent être utilisés pour d'autres méthodes telle que la matrice croisée, la matrice tableau, une mise en situation ou un scénario.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut un mot ou une question. À la sortie, vous obtenez une liste d'idées.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Fiche associée au brainstorming direct pour le carnet de route

BRAINSTORMING DIRECT	14h10 - 14h25
- Question de départ : Comment relancer le marché du yaourt ? - Questions de relance : - Citez-moi des exemples de produit qui ont connu une deuxième jeunesse. - Qu'est ce qui vous ferait faire un grand pas en avant en matière de nourriture ?	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Méthode brain-storming indirect

Fonction

La fonction principale du brain-storming indirect est de trouver des idées sur un sujet donné. Il permet aux participants de réfléchir seuls au sujet pour ensuite en débattre avec les autres participants.

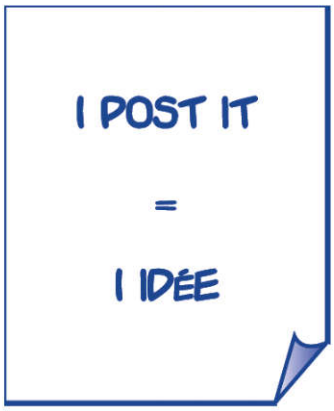
Avec qui ?

Cette méthode se pratique en groupe entier.

Copyright © 2016 Dunod.

En pratique, c'est quoi ?

L'animateur commence par poser une question simple sur le sujet. Les participants travaillent dans un premier temps individuellement sur la question. Ils doivent exprimer leurs idées sur des post-it en plaçant une idée par post-it.



Le but de l'exercice est d'avoir un maximum d'idées sur un sujet.

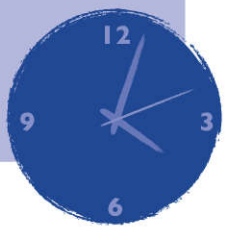
Au bout de 10 à 15 minutes maximum de recherche, les participants expliquent leurs idées et les collent sur une feuille de paperboard. Cette phase de restitution doit faire l'objet d'une discussion entre les participants pour trouver de nouvelles idées. Il faut compter entre 45 minutes et 1h15 pour que tous les participants s'expriment.

Quand utiliser cette méthode ?

Cette méthode est adéquate pour la première partie de séance.

Durée moyenne

60 - 90 minutes



En ce qui concerne l'affichage des idées, vous avez deux possibilités :

- tracer deux axes préalablement choisis et positionner les idées suivant ces axes ;
- regrouper les idées par thème (définis au préalable ou lors de la séance).

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

EXEMPLE

• **Sujet de la séance :** comment communiquer autour de la sortie d'un livre ?

• **Cadre :** le but est de trouver des solutions pour communiquer sur la publication d'un nouveau livre sur la créativité.

• **Déroulement :** l'animateur propose le sujet aux participants et fixe la règle du jeu : une idée par post it. Il doit également préciser le temps accordé. En général 10 à 15 minutes suffisent pour obtenir une multitude d'idées. Les participants écrivent leurs idées sans se censurer.

• **Quelques exemples d'idées**

– Offrir des livres aux entreprises.

– Site internet.

– Faire des formations à partir du livre (et le vendre à la fin).

– 1 livre acheté = 1 livre offert.

– Publicité à la télévision.

– Créer une mascotte (dinosaure …) pour communiquer sur le livre.

Une fois le temps imparti terminé, deux possibilités s'offrent à vous :

– vous pouvez demander aux participants de restituer leurs idées à tour de rôle. Vous aurez alors un groupe calme et attentif. Cette pratique présente une certaine monotonie ;

– vous pouvez également proposer une restitution par thème. Un participant commence à expliquer son idée. Dès qu'un autre participant a une idée similaire ou en lien avec celle-ci, il l'explique à son tour. Cette pratique permet de créer des thématiques d'idées et des rebondissements.

Copyright © 2016 Dunod.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

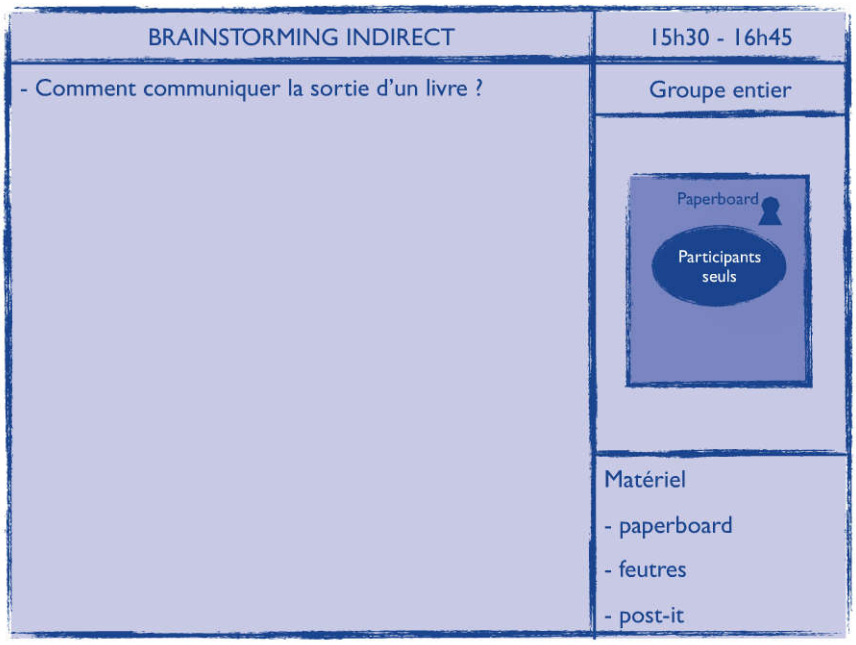
Le brainstorming indirect permet d'obtenir une liste d'idées. Ces idées ne seront pas nécessairement les idées finales répondant au sujet de la séance.

Les résultats du brainstorming indirect peuvent être utilisés pour d'autres méthodes comme la matrice croisée, la matrice tableau, une mise en situation ou un scénario.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut un mot ou une question. À la sortie, vous obtenez une liste d'idées.

Fiche associée au brainstorming indirect pour le carnet de route



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Méthode analogie

Fonction

La méthode « analogie » apporte un regard nouveau sur un thème.

Basée sur une logique analogique, elle consiste à prendre le problème de façon globale et chercher des solutions dans des territoires nouveaux. Il faut donc sortir du contexte et aller chercher des solutions nouvelles ailleurs.

Avec qui ?

Cette méthode se pratique en groupe entier.

En pratique, c'est quoi ?

Prenez le sujet et reformulez-le de façon globale. Par exemple, si vous cherchez à créer des encres de stylo qui ne tachent pas les vêtements, vous traduirez le sujet par « les liquides qui ne tachent pas ». Il n'est plus alors question d'encre ou de vêtement.

Une fois le sujet traduit de manière globale, vous devez trouver des domaines ou applications différents et résoudre le problème à travers eux. Il est conseillé d'en trouver plusieurs à explorer afin de diversifier au maximum les solutions. Par exemple, le domaine animalier, marin, sportif, enfant…

Quand utiliser cette méthode ?

Cette méthode se pratique en milieu de séance

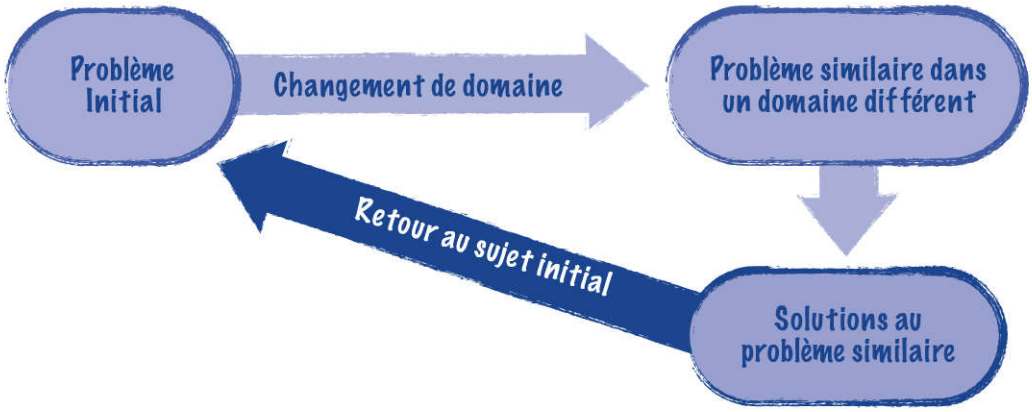
Durée moyenne

30 à 60 minutes

Copyright © 2016 Dunod.

En pratique, l'animateur demande au groupe des solutions au sujet, les participants répondent instantanément et l'animateur note toutes les réponses sur le paperboard. Une fois qu'il n'y a plus d'idées ou que le temps imparti est écoulé, il faut revenir au sujet initial et poser la question : pour notre sujet, quelle serait la solution ?

Vous pouvez ensuite renouveler la démarche en explorant un autre domaine.



EXEMPLE

• **Sujet de la séance :** la création de concepts insolites d'hôtellerie pour week-end et vacances.

• **Cadre :** nous cherchons des concepts d'appartements ou maisons avec le confort de l'hôtellerie classique.

• **Déroulement :** dans un premier temps, il faut traduire le sujet de manière globale. Les termes « insolite » et « hôtellerie » sont donc évincés. Le sujet devient « trouver des lieux de vie différents ». Il faut alors choisir des domaines pour procéder à l'analogie, par exemple, le monde animal. Vous demandez aux participants « Quels sont les différents lieux de vie des animaux ? ». Vous notez les idées des participants sur le paperboard : la niche, le terrier, le nid d'oiseau… Une fois le thème épuisé, vous revenez au sujet initial de l'hôtellerie. Vous demandez alors « Quels concepts insolites imaginez-vous à

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

partir d'une niche ? ». Le groupe s'exprime à voix haute, « un endroit où il faut rentrer à quatre pattes », « à manger devant sa porte », « un grand espace à l'intérieur »… Ainsi de suite, vous développez chacune des idées :

– un terrier : « des tunnels où l'on peut faire des rencontres », « plusieurs chambres », « pas de lumière »…

– un nid d'oiseau : « vivre dans les arbres avec beaucoup de lumière », « un lit en forme de nid », « s'envoler pour sortir du nid »…

Les solutions seront variées. Il ne faut pas freiner la créativité, mais inciter le groupe à détailler chacune des idées.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Avec la méthode analogie, vous obtenez deux types de résultats :

– des idées finales correspondant aux attentes du décideur ;

– des idées ou concepts à retravailler. Vous les réutilisez pour la méthode matrice tableau.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut un sujet ou une question. À la sortie, vous obtenez une liste d'idées.

Copyright © 2016 Dunod.

Fiche associée à l'analogie pour le carnet de route

MÉTHODE ANALOGIE	15h10 - 15h55
- Trouver des lieux de vie différents Les domaines à explorer - le domaine animalier - les professions où il faut dormir loin de chez soi (camionneur, cosmonaute, ...) - dans une usine, une entreprise, dans une école	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Méthode inverse

Fonction

La méthode « inverse » est une dérivée de la méthode analogie. Au lieu d'aller chercher dans un domaine différent, vous puisez des solutions dans le sujet inversé.

Cette méthode permet de supprimer les freins à la créativité. Prendre le sujet inverse conduit à un sujet original et amusant qui favorise la créativité et la motivation.

À partir du sujet inversé, il faut chercher les solutions avec le brainstorming direct ou indirect.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

La dernière étape consiste à inverser les solutions trouvées pour revenir au sujet initial.

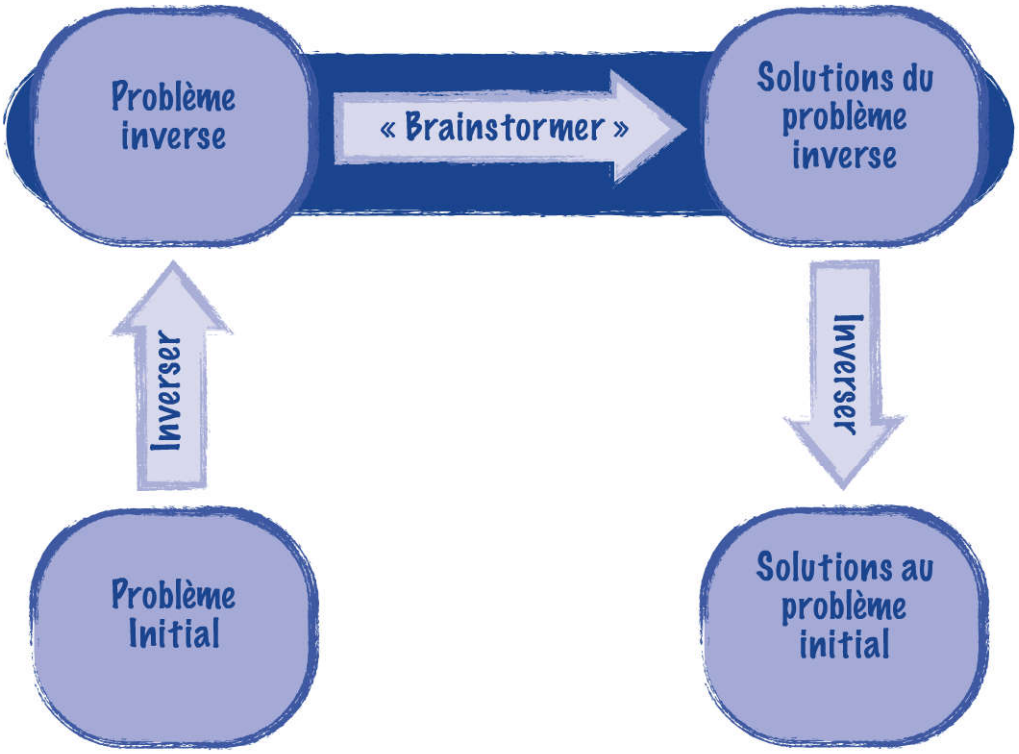
Avec qui ?

Cette méthode se pratique en groupe entier.

En pratique, c'est quoi ?

L'inversion s'appuie sur la logique analogique. Il faut prendre le sujet et l'inverser.

Il s'agit d'animer d'abord un brainstorming direct ou indirect sur le sujet inversé. Une fois le brainstorming achevé, arrive la seconde phase de la méthode : l'inversion. Vous utilisez toutes les solutions trouvées grâce au brainstorming et, une à une, vous les inversez.



Copyright © 2016 Dunod.

EXEMPLE

Sujet de la séance : l'économie d'énergie dans un habitat.

Cible : les propriétaires de maison.

Déroulement : la première étape consiste à inverser le sujet. L'économie d'énergie devient donc « Comment gaspiller ? ». L'item du sujet peut surprendre mais il est la clé de la réussite de cette méthode. La deuxième étape consiste à animer un brainstorming direct ou indirect sur le sujet « Comment gaspiller le plus possible l'énergie dans une maison ? ». Pour illustrer la démarche, voici quelques exemples de résultats :

- laisser tous les appareils électriques en fonctionnement ;
- installer toutes les sources chaudes de la maison près des sources froides ;
- laisser l'eau couler et les lumières allumées.

Les solutions seront variées, mais il faut prévoir des relances pour balayer l'ensemble du cadre défini par le sujet. Par exemple, « quels sont les lieux où l'on peut gaspiller de l'énergie ? ».

Une fois, le brainstorming terminé, il faut inverser les idées. Vous demanderez donc aux participants ce qu'ils envisagent pour éviter les propositions de gaspillage qu'ils ont trouvées. Pour prendre l'exemple de l'éclairage, il faudrait envisager de mettre des détecteurs dans toutes les salles, ainsi que des détecteurs de luminosité pour n'allumer qu'en cas de besoin et aux intensités nécessaires. De même, pour le gaspillage d'électricité, on peut envisager un pilotage des ressources électriques en fonction de leur consommation.

Quand utiliser cette méthode ?

La méthode inverse est une méthode de milieu et fin de séance.

Durée moyenne

30 - 40 minutes

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Avec la méthode inverse, vous obtenez deux types de résultats : des idées finales correspondant aux attentes du décideur et des idées ou concepts à retravailler. Pour le deuxième cas, ces résultats seront réutilisés pour la méthode matrice tableau.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut un sujet inversé. À la sortie, vous obtenez une liste d'idées.

Fiche associée à la méthode inverse pour le carnet de route

MÉTHODE INVERSE	15h - 15h40
- Question de départ : Comment gaspiller l'énergie dans une maison ? - Questions de relance : - Comment gaspiller de l'énergie dans la cuisine, la salle à manger, la salle de bain, les toilettes, le jardin, la salle de musculation de papa, le garage, la cabane au fond du jardin, la chambre, le salon, le grenier,... - Quels objets pourraient permettre de gaspiller encore plus ?	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.

Méthode matrice tableau

Fonction

La méthode « matrice tableau » utilise la logique combinatoire. Les participants vont trouver de nouvelles idées en combinant deux bases de données d'idées.

C'est une méthode qui s'utilise en fin de séance, car elle nécessite un premier travail pour alimenter la matrice. Avant de l'utiliser, il est indispensable de créer des idées à combiner.

En pratique, c'est quoi ?

La méthode nécessite deux listes d'idées ou de mots différentes. Nous appellerons ces listes « base de données n° 1 » et « base de données n° 2 ». Sur une feuille de paperboard, vous construisez un tableau en inscrivant dans la première colonne « base de données n° 1 » et dans la première ligne, « base de données n° 2 ». Chacune de ces bases ne doit pas excéder 15 mots.

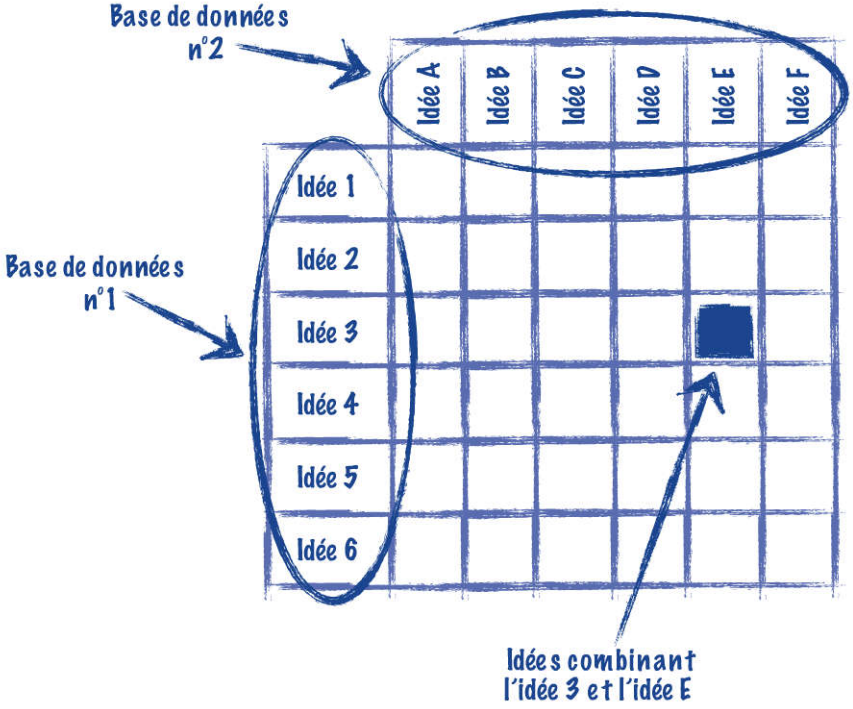
L'animateur désigne ensuite une case au hasard et demande quel est le produit qui combine les idées des différentes bases de données associées à la case.

L'objectif est de mélanger des données indépendantes pour faire des croisements insolites et trouver des idées qui « font la différence ».

Il est souvent impossible de croiser toutes les données en raison de leur nombre. Il faut donc choisir des axes et croiser au hasard ou par intuition.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

À chaque croisement, les participants expriment un maximum d'idées. L'idéal est de remplir directement chaque case de la matrice avec des post-it sur lesquels les différentes idées seront inscrites.



EXEMPLE

• **Sujet de la séance :** créer des activités ludo-éducatives pour les enfants de 10 -12 ans.

• **Cadre :** nous cherchons des produits/services simples, utilisables par des animateurs ou instituteurs.

• **Déroulement :** avant de commencer la matrice tableau, vous avez animé un brainstorming sur les différents jeux existants (jeux de société, 1 2 3 soleil, balle aux prisonniers, chat perché…) et sélectionné une quinzaine d'entre eux. Cette liste de mots alimentera la base

Quand utiliser cette méthode ?

La matrice tableau s'utilise en fin de séance.

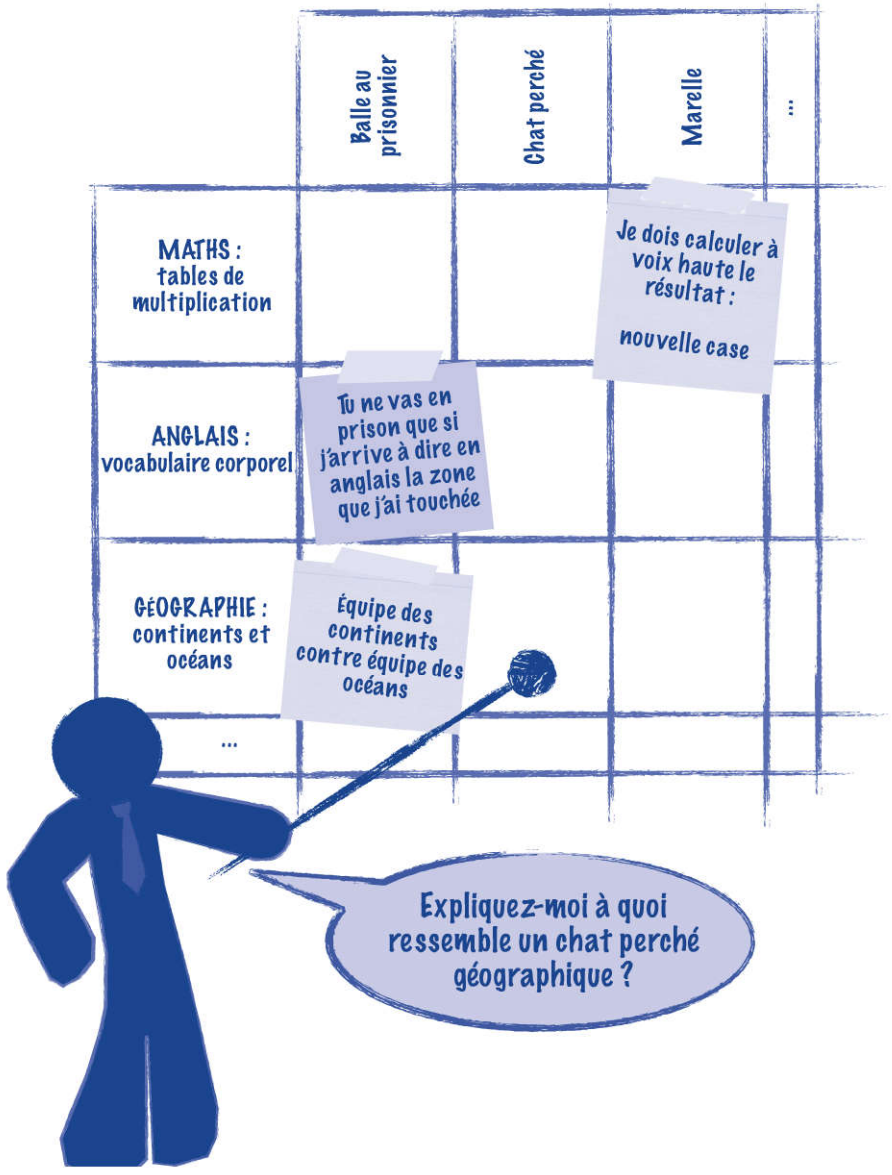
Durée moyenne

60 minutes

Copyright © 2016 Dunod.

de données n°1 de la matrice tableau. En ce qui concerne la base de données n°2, vous avez préparé la liste des matières importantes (maths, français, géographie) et/ou des parties principales du programme (tables de multiplication, départements français…) de CM2.

Grâce à ces deux bases de données, vous êtes prêt à animer la méthode « matrice tableau ». Vous allez inscrire les différentes listes de mots dans le tableau. Vous avez en abscisse les différents types de jeux et en ordonnée la partie enseignement. Ensuite vous pointerez du doigt une case au hasard et demanderez aux participants ce que leur évoque l'association des deux idées.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Avec la méthode matrice tableau, vous obtenez des idées finales.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il vous faut deux listes d'idées. À la sortie, vous obtenez des idées finales.

Fiche associée à la matrice tableau pour le carnet de route

MÉTHODE MATRICE TABLEAU	16h - 17h
- Base de données n°1 : 15 idées issues du brainstorming « les types de jeux ». - Base de données n°2 : liste des matières	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres - liste des disciplines de course à pied

Copyright © 2016 Dunod.

Méthode matrice croisée

Fonction

La méthode « matrice croisée » utilise la logique combinatoire. Les participants vont trouver de nouvelles idées en combinant des bases de données d'idées. La différence avec la méthode « matrice tableau » est le nombre de bases de données. Dans la matrice croisée, les participants croisent de trois à cinq bases de données. C'est une méthode qui s'utilise en fin de séance, car elle nécessite un premier travail pour alimenter la matrice.

Quand utiliser cette méthode ?

La matrice croisée s'utilise en fin de séance.

Durée moyenne

60 minutes

En pratique, c'est quoi ?

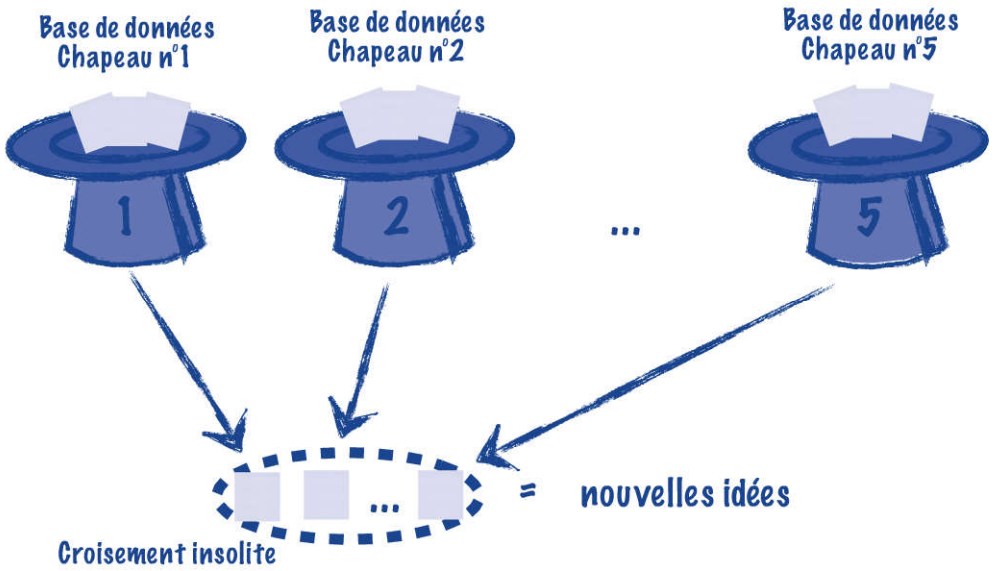
La méthode nécessite trois à cinq listes d'idées ou de mots différentes. Nous appellerons ces listes « base de données » numérotées de 1 à 5. Il n'est plus possible d'afficher le croisement sous forme de tableau à double entrée. Les participants vont donc devoir croiser mentalement les différentes idées des bases de données.

Vous pouvez utiliser un chapeau ou récipient pour chacune des bases de données. Tous les éléments d'une base de données seront écrits indépendamment sur un papier et placés dans le chapeau correspondant. Ensuite, les participants piochent un papier dans chaque chapeau et doivent trouver des idées en relation avec les thématiques abordées. Ce processus peut être mental, vous pouvez écrire les bases de données sur des feuilles de paperboard différentes et les afficher

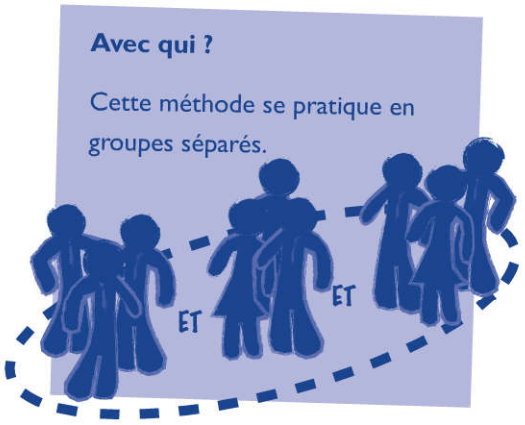
Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

devant les participants. Ils feront alors des croisements mentalement. C'est la pratique la plus courante.

Le but est de mélanger des données indépendantes pour faire des croisements insolites et trouver des idées originales.



EXEMPLE



• **Sujet de la séance :** créer un restaurant original.

• **Déroulement :** dans cet exemple, la matrice croisée sera composée de trois bases de données (chapeaux), chacune d'entre elles aura été créée avec les participants via des méthodes créatrices de listes de mots comme le brainstorming et le mind mapping.

Vous obtenez les bases de données suivantes :

Copyright © 2016 Dunod.

– chapeau 1 : les types de cuisine (traditionnel, asiatique, moléculaire, fastfood, etc.) ;

– chapeau 2 : les possibilités de lieu (arbre, maison, usine, péniche, etc.) ;

– chapeau 3 : les ambiances (la forêt enchantée, au fond de l'océan, la lune, la planète Mars…) ;

Constituez 3 groupes équitables de personnes et demandez à chacun de croiser les 3 bases de données.

Par exemple, un groupe a choisi de mixer la cuisine moléculaire, l'usine et l'océan. Ils inventent ainsi un restaurant dans une ancienne usine avec d'immenses tuyaux transparents pour évoquer la mer. Ils imaginent aussi un sas d'entrée avec un faux ascenseur sous-marin pour plonger le client dans une ambiance abyssale. Les plats seront apportés par des petits bateaux grâce à une rivière artificielle traversant le restaurant.

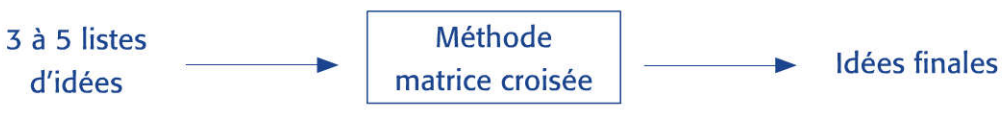
L'animateur aidera et incitera les participants à détailler les idées.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Avec la méthode matrice croisée, vous obtenez des idées finales.

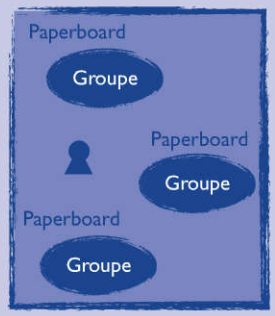
Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, il faut 3 à 5 listes d'idées. À la sortie, vous obtenez des idées finales.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

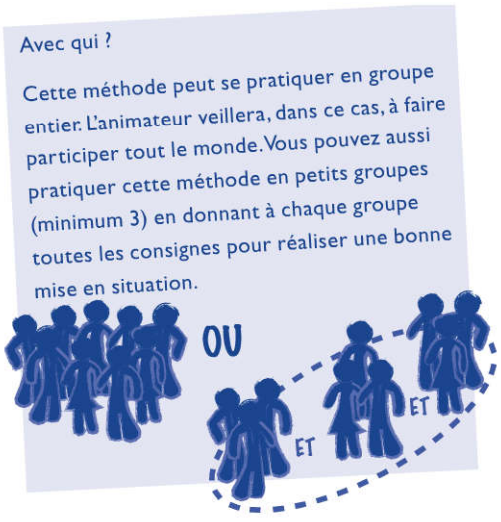
Fiche associée à la matrice croisée pour le carnet de route

MÉTHODE MATRICE CROISÉE	15h10 - 16h10
- Base de données n°1 : les types de cuisine - Base de données n°2 : les possibilités de lieu - Base de données n°3 : les ambiances	Groupe entier  Matériel - paperboard - feutres

Méthode mise en situation

Fonction

Le but de cette méthode est de mettre en situation le groupe pour résoudre un problème dans un contexte nouveau. Grâce au changement de point de vue, cette méthode permet d'être créatif dans la recherche de solutions.



Copyright © 2016 Dunod.

En pratique, c'est quoi ?

Il s'agit de modifier un repère. Dans la recherche de solutions, un seul élément change (le lieu d'usage, l'utilisateur, une propriété de notre monde). Mais il ne faut pas trop déstabiliser les participants en changeant tous leurs repères.

En pratique, en groupe entier, l'animateur joue le rôle de narrateur. Il explique le contexte, l'élément changeant et l'objectif de cette mise en situation. Il laisse ensuite les participants s'exprimer à haute voix, comme dans un brainstorming.

En groupe séparé, il est préférable que tous aient le même objectif de mise en situation. En revanche, il faut attribuer un élément changeant à chacun.

Vous ne pourrez pas être simultanément avec tout le monde, il est donc nécessaire de fournir à chaque groupe des éléments écrits et aménager un endroit pour palier à votre absence. Il est préférable de nommer un responsable qui prendra le rôle d'animateur-relais (la désignation de ce responsable peut faire office d'un jeu).

Avant que les groupes ne commencent leur mise en situation, expliquez qu'à la suite de l'exercice, 3 minutes sont prévues pour présenter le travail aux autres groupes. Ceci vous permet d'avoir un curseur temps. Votre rôle sera d'aller de groupe en groupe afin de les relancer s'ils stagnent. La présentation de 3 minutes vous aidera si un groupe est en avance par rapport aux autres. Vous demanderez de préparer cette présentation de façon originale et créative (mime, mise en scène, dessin, pâte à modeler, etc..).

Quand utiliser cette méthode ?

La mise en situation est une méthode de milieu de séance. Il est nécessaire que le groupe soit déjà dans une démarche créative pour la réussite de cette méthode.

Durée moyenne

45 à 60 minutes

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

EXEMPLE EN GROUPES ENTIERS

Sujet de la séance : l'intégration des radiateurs dans une maison.

Vous annoncez le sujet : vous avez un magnifique jardin tropical. Pour aider le groupe à s'imaginer dans ce jardin vous avez imprimé ou projetez des images de jardins tropicaux.

Vous présentez ensuite l'élément changeant : vous avez acheté un élément essentiel pour votre habitat : il ressemble à un cube jaune fluo.

Vous annoncez l'objectif de cette mise en situation : vous êtes bricoleur, inventif et créatif, trouvez des solutions pour intégrer ce cube jaune fluo à votre jardin tropical.

Les participants réfléchissent à haute voix pour trouver des solutions. L'animateur écrit tout ce qui est dit sur un paperboard. Une fois l'exercice terminé, l'animateur reprend avec le groupe l'ensemble des solutions pour les retranscrire au sujet initial. Par exemple, transformer le cube en un objet de style tropical pour qu'il s'intègre au jardin. Le parallèle avec le sujet initial est donc de transformer le radiateur en un objet de décoration. Pour des solutions moins évidentes, il ne faut pas hésiter à poser la question. Par exemple, transformer le cube en table ou bar extérieur. L'animateur pose alors la question : que serait un radiateur table ou un radiateur bar ou encore un radiateur meuble ? Cette rhétorique permet de relancer la créativité.

Une solution serait de cacher le cube dans le sol, c'est ainsi que les participants imaginent le concept du plancher chauffant.

Exemple en groupe séparé

Sujet de la séance : l'intégration des radiateurs dans une maison.

Vous annoncez le sujet : vous avez un magnifique jardin tropical. Pour aider le groupe à s'imaginer dans ce jardin vous avez imprimé ou projetez des images de jardins tropicaux.

Copyright © 2016 Dunod.

• **Ensuite, l'animateur sépare le groupe en 3 groupes de 3 personnes**. À la tête de chaque groupe, un responsable est nommé. L'animateur a préparé sur papier 3 mises en situation qu'il remet au responsable.

1. La première mise en situation consiste à cacher un cube jaune dans un jardin tropical.

2. La deuxième mise en situation consiste à créer le radiateur qui s'intègre aux différentes habitations que vous avez sélectionnées. Par exemple, une roulotte, un igloo, un château, une tente, les égoux, une navette spatiale…

3. La troisième mise en situation consiste à lister tous les meubles et composants d'une maison et les dériver en radiateur.

Chaque groupe a sa mise en situation sous forme papier avec le maximum d'illustrations possibles.

Puis, l'animateur passe de groupe en groupe :

– pour s'assurer que le sujet est bien compris ;

– pour s'assurer qu'un scribe retranscrit tout ce qui est dit ;

– pour relancer le groupe s'il stagne un peu ;

– pour prévenir du temps qu'il reste ;

– pour rappeler 5 minutes avant la fin que le temps sera de 3 minutes pour présenter les résultats.

Une fois le travail en mini-groupes terminé, l'animateur annonce à tour de rôle les différentes mises en situation et chaque groupe présente ses résultats. Après chaque mise en situation, il y a discussion et mini-brainstorming sur les solutions trouvées pour faire le parallèle avec le sujet initial. Dans notre exemple, il peut être très intéressant de répertorier les idées par thèmes (changer la couleur, ajouter une nouvelle fonction au radiateur, le cacher…).

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

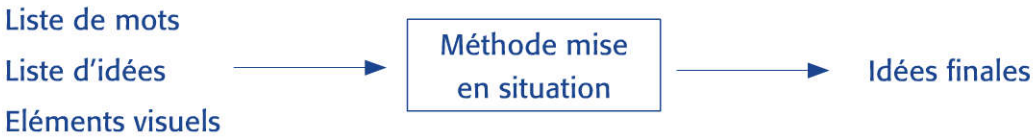
Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

Deux options d'utilisation d'une mise en situation :

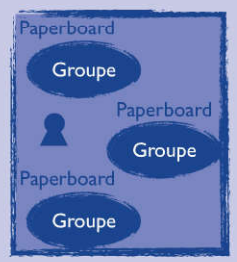
- les idées trouvées sont des idées finales. Vous pouvez les classer et rédiger les fiches idées (dernières étapes d'une séance de créativité) ;
- les idées trouvées ne sont pas encore des solutions finales. Vous pourrez donc réutiliser ces idées dans une matrice croisée.

Représentation schématique de la méthode

À l'entrée de la méthode, vous avez besoin d'une liste de mots, d'idées ou d'éléments visuels. À la sortie, vous obtenez des réponses au sujet de la séance, que nous appellerons idées finales.



Fiche associée à la mise en situation pour le carnet de route

MISE EN SITUATION	16h15 - 17h15
La première mise en situation consiste à cacher un cube jaune dans un jardin tropical. La deuxième mise en situation consiste à créer le radiateur parfait pour s'intégrer aux différentes habitations que vous avez sélectionnées. Par exemple, une roulotte, un igloo, un château, une tente, les égoux, une navette spatiale,... avec pour chacun une image illustrante. La troisième mise en situation consiste à lister tous les meubles et composants d'une maison et de les dériver en radiateur.	3 groupes de 3  Matériel - paperboard - feutres - images de jardin

Copyright © 2016 Dunod.

Méthode scénario

Fonction

Le scénario est une méthode très puissante pour obtenir des résultats dits conceptuels. C'est la méthode qui va le plus loin dans le domaine de l'imaginaire.

Le but est d'amener le groupe dans un monde imaginaire pour qu'il réponde ensuite à un problème similaire sur le sujet de la séance dans le monde qu'il a imaginé. Le rôle de l'animateur est crucial car il va orienter le groupe et trouver dans le monde imaginé, les similitudes avec le sujet de la créativité.

Quand utiliser cette méthode ?

La méthode scénario est une méthode de fin de séance. Pour sa réussite, il faut que le groupe soit dans une phase créative. Il est donc essentiel d'avoir préparé le groupe avant avec d'autres méthodes créatives tel qu'un mind mapping ou brainstorming.

Durée moyenne

45 à 60 minutes

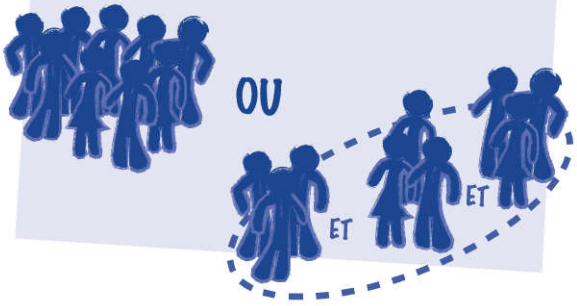
En pratique, c'est quoi ?

La réussite d'un scénario réside dans la mise en scène. Cette méthode a pour but d'explorer au maximum l'imaginaire du groupe. Plus le groupe aura d'éléments pour partir dans l'imaginaire plus les résultats seront nombreux.

Le scénario en principe est simple. L'animateur avec son groupe invente une histoire, une scène ou un monde. Puis, dans cette histoire, l'animateur

Avec qui ?

Le scénario est un outil qui fonctionne en groupe entier ou en petits groupes. Dans le cas d'un groupe de 9 personnes, il est possible de faire 3 groupes de 3, l'animateur tournera dans les groupes et les aidera progressivement. Cette solution présente néanmoins des limites car l'animateur ne peut pas orienter constamment les groupes.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

doit faire le parallèle avec le sujet de la séance de créativité et orienter le scénario. Le groupe va alors trouver des solutions dans le monde qu'il aura imaginé (un monde avec ses propres contraintes, différentes du monde réel) et l'animateur, à chaque solution trouvée, demande : « Et si c'était dans le monde réel ce serait quoi ? »

Attention, la première fois que l'animateur choisit de faire basculer son groupe dans le monde réel, il faut qu'il ait déjà passé au moins 10 minutes dans le monde imaginé de façon à pouvoir retourner dans celui-ci, une fois la similitude avec le monde réel terminée.

Il est conseillé de commencer un scénario avec des contextes concrets. À partir de ces éléments, l'animateur pose les bases du scénario. Ensuite le groupe invente le reste.

Voici quelques exemples de contexte, n'hésitez pas à « en faire beaucoup », c'est la clé de la réussite :

- **Une image ou photographie :** trouvez une image par exemple une île déserte, une planète ou une image abstraite et demandez au groupe de décrire ce qu'il imagine y avoir sur celle-ci (la vie, les activités, etc.).

- **Une ambiance :** dans un coin de la pièce créez un univers bleu avec des lampes, des tapis, un vidéoprojecteur avec vidéo en boucle de vagues…, puis demandez au groupe pourquoi le monde est devenu bleu.

Copyright © 2016 Dunod.

- **Du matériel :** cure-dent, rouleaux de papier toilettes, pommes de terre, grillage, feutrine, coton, carton, papier, échantillon de parfum, papier aluminium, boîte à œuf, un tapis original, etc. L'animateur présente les membres du groupe comme des créateurs. Ils doivent à l'aide des éléments à leur disposition créer un monde à partir de zéro. Pour accentuer le scénario, vous pouvez leur donner des draps blancs pour qu'ils s'habillent comme des dieux.
- **Bienvenue en 2088 :** l'animateur aura demandé à chaque membre d'amener un objet inutile. Parmi les objets amenés, l'animateur demande d'en choisir 3 et explique qu'en 2088 ces objets sont devenus essentiels et cruciaux dans la vie des hommes. Le groupe devra définir ce nouveau monde de 2088 et expliquer pourquoi ces objets sont aussi importants.
- **Le tirage au sort :** l'animateur inscrit sur des morceaux de papier les contraintes (un monde sans gravité, tout le monde est aveugle, on est toujours obligé d'être deux pour faire quelque chose, il n'y a plus de nouvelles matières premières…), puis, il demande au groupe d'en choisir 3 qui seront les nouvelles règles définissant le monde.

Peu importe le choix du contexte, il est essentiel de bien le mettre en scène. N'hésitez pas à utiliser la vidéo ou des images.

Une fois le contexte imposé, l'animateur demande au groupe de décrire le monde inventé, les couleurs dominantes, la forme, les lois physiques, les habitants, la végétation, les saisons, décrire une journée type…

Ensuite, tout dépend du sujet de la séance. Si vous recherchez des sujets sportifs, l'animateur devra orienter son groupe vers les divertissements.

Lorsque le groupe entier travaille sur le scénario, l'animateur relance sans cesse et inscrit sur le paperboard les éléments du scénario.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

EXEMPLE

- **Sujet :** les sports « nouvelle génération ».
- **Choix du contexte :** création d'un nouveau monde.
- **Déroulement :** vous avez apporté un tapis avec des motifs abstraits sur lequel vous avez disposé du matériel (carton, ciseaux, pâte à fixer, ruban adhésif, papier, cures dents, rouleaux de papier toilette, fil de fer, morceaux de tissu, grillage, pommes de terre, pâte à modeler, papier aluminium, élastiques, trombones, bois, etc.).

L'animateur demande à chacun de se draper avec pour ressembler à un dieu de la création.

L'animateur explique : « Vous êtes à présent les dieux de la création, vous avez tous les droits et du matériel pour construire ce monde. Je vous demande de le construire et de me décrire la vie dans ce monde. »

Les participants vont créer leur monde. Vous leur demandez de définir les habitants, leurs habitudes, et, surtout, comment ils s'amusent. L'animateur doit être très subtil. Dans notre exemple, il faut que les participants soient entièrement dans leur monde pendant au moins dix minutes. Une fois qu'ils l'ont bien défini, vous cherchez à connaître les activités des habitants de ce monde.

Par exemple dans leur monde, les habitants sont reliés par un tube de vie : un tube qui part du ciel et se termine dans leur dos. Grâce à ce lien, ils respirent et mangent. Comme divertissement, ils organisent parfois des joutes et se balancent grâce à ce tube. L'animateur va plus loin en demandant les règles du jeu, le matériel nécessaire… Puis, il dit : « Faisons une pause dans ce monde imaginé, décrivez ce que serait cette activité dans le monde réel ». Le groupe imagine alors un sport extrême pratiqué avec un hélicoptère et un filin.

Copyright © 2016 Dunod.

Une fois que les participants se sont exprimés, l'animateur leur demande de retourner dans leur monde imaginaire et de décrire d'autres activités.

L'animateur doit préparer des relances :

– décrivez-moi une journée type d'un habitant de votre monde ;

– avançons d'un siècle, une révolution technologique a bouleversé votre monde, racontez-moi ce que cela engendre ;

– etc.

L'animateur doit sans cesse rebondir sur ce que disent les participants. Par exemple, un participant dit : « les gens ne vieillissent pas ». Vous rebondirez sur cette remarque en demandant comment ils gèrent la surpopulation ou l'ennui.

Je m'en sers comment une fois la méthode terminée

L'objectif est de trouver des solutions finales. L'animateur devra être habile pour orienter son groupe et trouver les similitudes entre le monde inventé et le monde réel en posant la question « Et si nous étions dans le monde réel comment transposeriez-vous cette solution ? ».

Représentation schématique de la méthode

En entrée de la méthode, vous avez besoin d'une liste de mots, d'idées ou d'éléments visuels. En sortie, vous obtenez des réponses au sujet de la séance, que nous appellerons idées finales.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Fiche associée au scénario pour le carnet de route

SCENARIO	16h - 17h
« Vous êtes à présent les dieux de la création, vous avez tous les droits et du matériel pour construire ce monde. Je vous demande donc de le construire et de m'expliquer la vie sur ce monde. »	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 4

Trames d'une séance de créativité

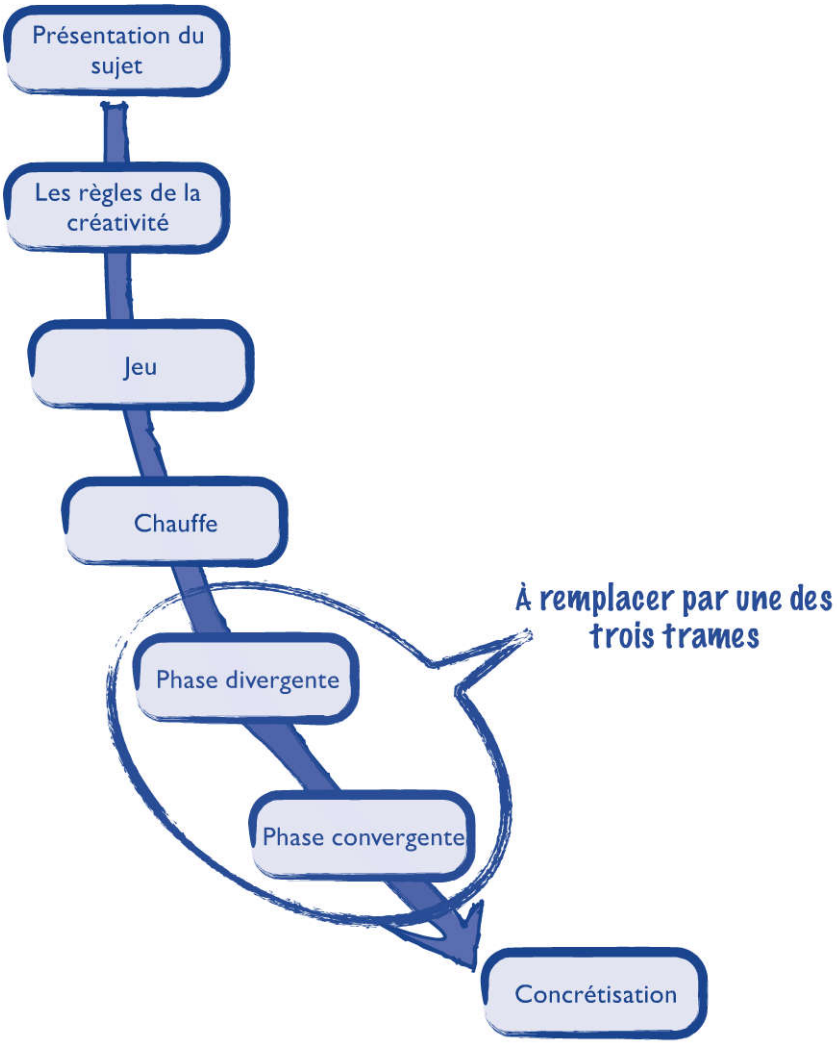
Copyright © 2016 Dunod.

- Trame pour des résultats concrets : la trame des « pragmatiques »
- Trame pour des résultats nouveaux : la trame des « polyvalents »
- Trame pour des résultats conceptuels : la trame des « imaginatifs »
- Tableau récapitulatif des trames

Une trame par type de résultats souhaités

Trois trames de séance sont proposées en fonction du type de résultats souhaités. Ces trames sont à la fois prédéfinies et évolutives. À l'image d'un jeu de construction, vous empilerez les briques. Trois plans de maisons sont proposés. Libre à vous de choisir le type de brique.

Pour reprendre le chapitre concernant le squelette d'une séance de créativité, les trois trames que nous proposons remplacent les étapes « phase divergente » et « phase convergente ». Pour les trois trames, la progression de la base de départ jusqu'à la chauffe est commune. Ce n'est qu'après cette dernière que le squelette diffère en fonction des résultats souhaités.

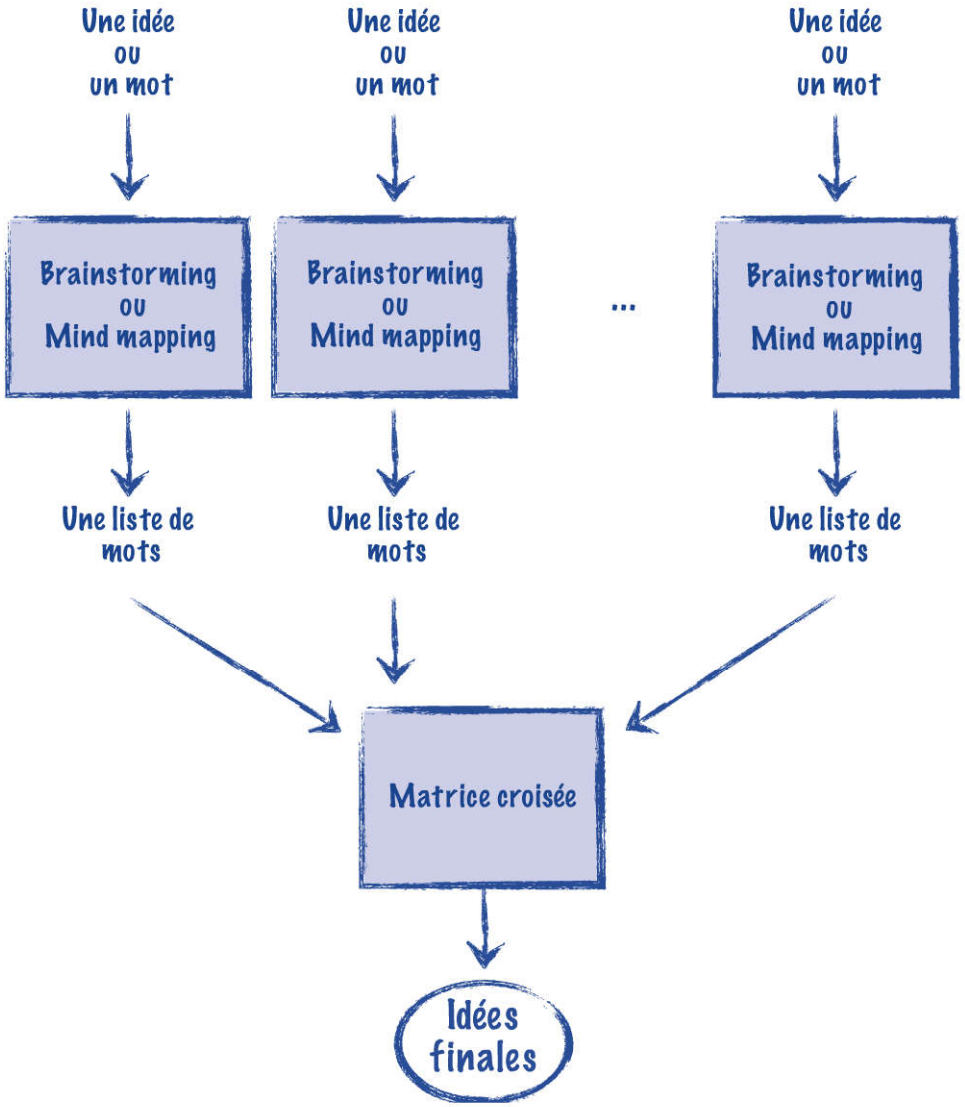


Copyright © 2016 Dunod.

Trame pour des résultats concrets : la trame des « pragmatiques »

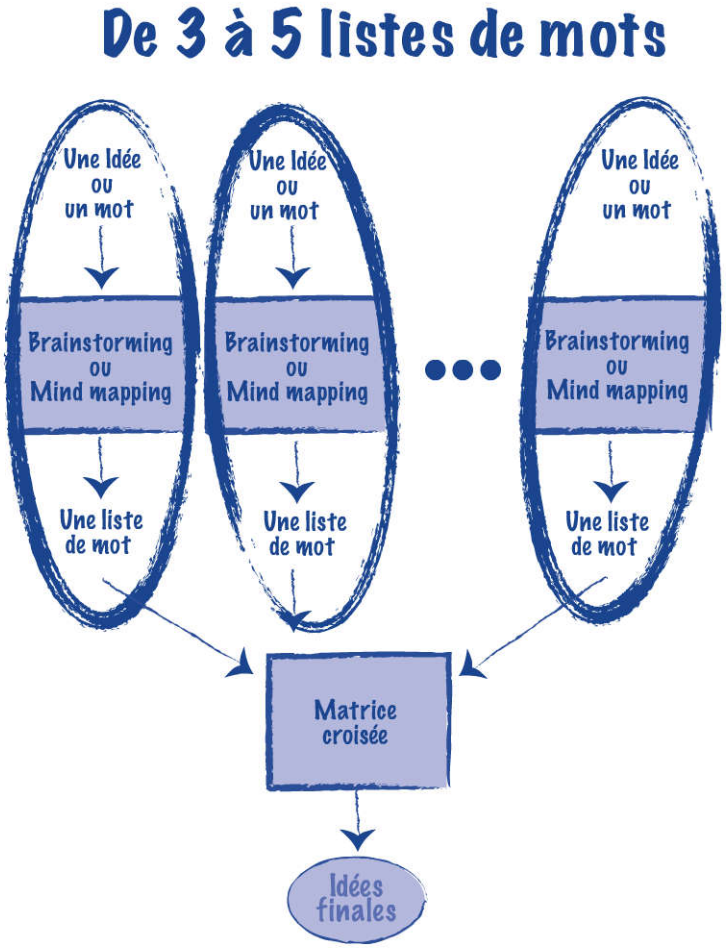
Le schéma de la trame

Dans cette trame, la méthode centrale est la matrice croisée. Pour cette méthode, nous avons vu qu'il fallait, à l'entrée, des listes de mots. La première partie de la séance consistera donc à créer ces listes de mots, ensuite utilisées pour la matrice croisée.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Les listes de mots



Pour alimenter la matrice croisée, les listes de mots varient entre 3 et 5. Pour choisir, il existe 2 critères : la facilité des associations de mots et la diversité des résultats. En d'autres termes, plus vous augmentez le nombre de listes de mots, plus vous augmentez la diversité des résultats, mais en contrepartie vous augmentez les difficultés d'association dans la matrice croisée.

Nombre de listes de mots	3	4	5
Diversité des résultats	++	+++	++++
Facilité d'association	++++	++	+

Copyright © 2016 Dunod.

Le type de participants peut vous aider. Si vous disposez d'une très forte majorité de pragmatiques, ces derniers n'auront pas de difficultés à jongler entre de nombreuses données.

Lorsque vous avez déterminé le nombre de listes de mots que vous souhaitez combiner dans la matrice croisée, vous devez déterminer celles que vous souhaitez créer avec les participants. Vous pouvez soit créer les listes de mots avec le groupe, soit apporter des listes que vous aurez préalablement établies.

Il est extrêmement important de créer au moins une liste de mots avec le groupe. La création en groupe est essentielle pour la divergence de la séance. Elle permet au groupe de se dissocier du cadre quotidien de travail.

Pour les autres listes, comme vous pouvez soit les créer en groupe, soit les apporter, vous disposez d'un « curseur temps ». Plus vous avez de temps, plus vous créerez de listes de mots en groupe. Pour créer ces listes en groupe, vous disposez des différents brainstormings et du mind mapping.

Trois choix à faire

- Choisir le nombre de « listes de mots » en entrée pour la matrice croisée.
- Choisir le nombre de « listes de mots » à créer en groupe.
- Choisir les méthodes pour trouver les « listes de mots ».

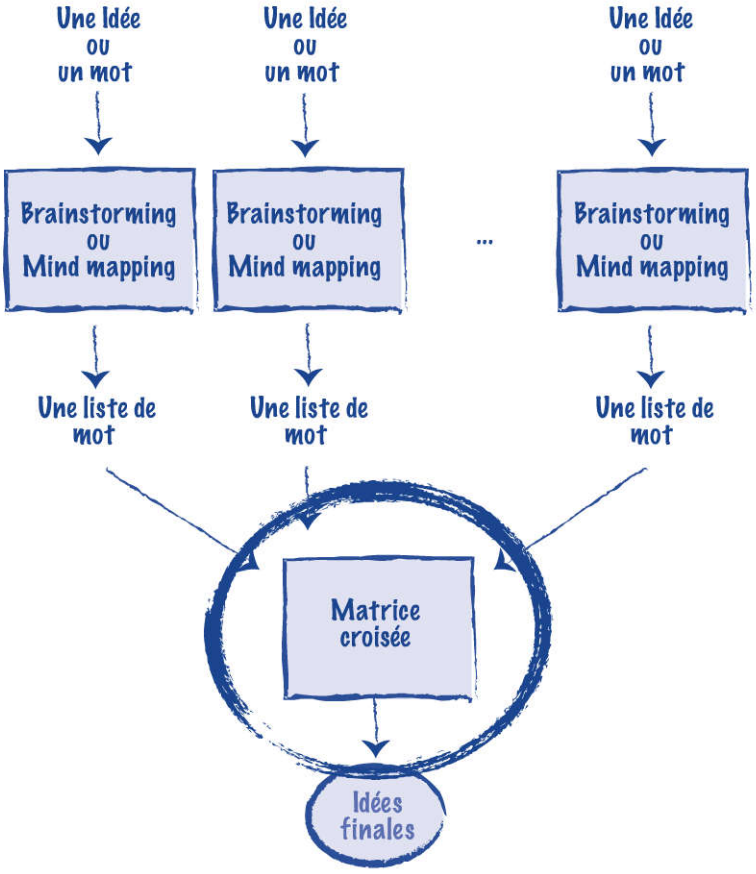
La matrice croisée

La matrice croisée utilise l'ensemble des listes de mots. Vous utiliserez ces listes comme point de départ.

Il est conseillé de faire travailler les participants en groupe. Vous leur donnez un temps de travail sur le sujet, puis vous leur demandez

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

de présenter leurs résultats. Vous organisez ensuite une discussion sous forme de brainstorming pour étoffer les résultats présentés par le groupe.



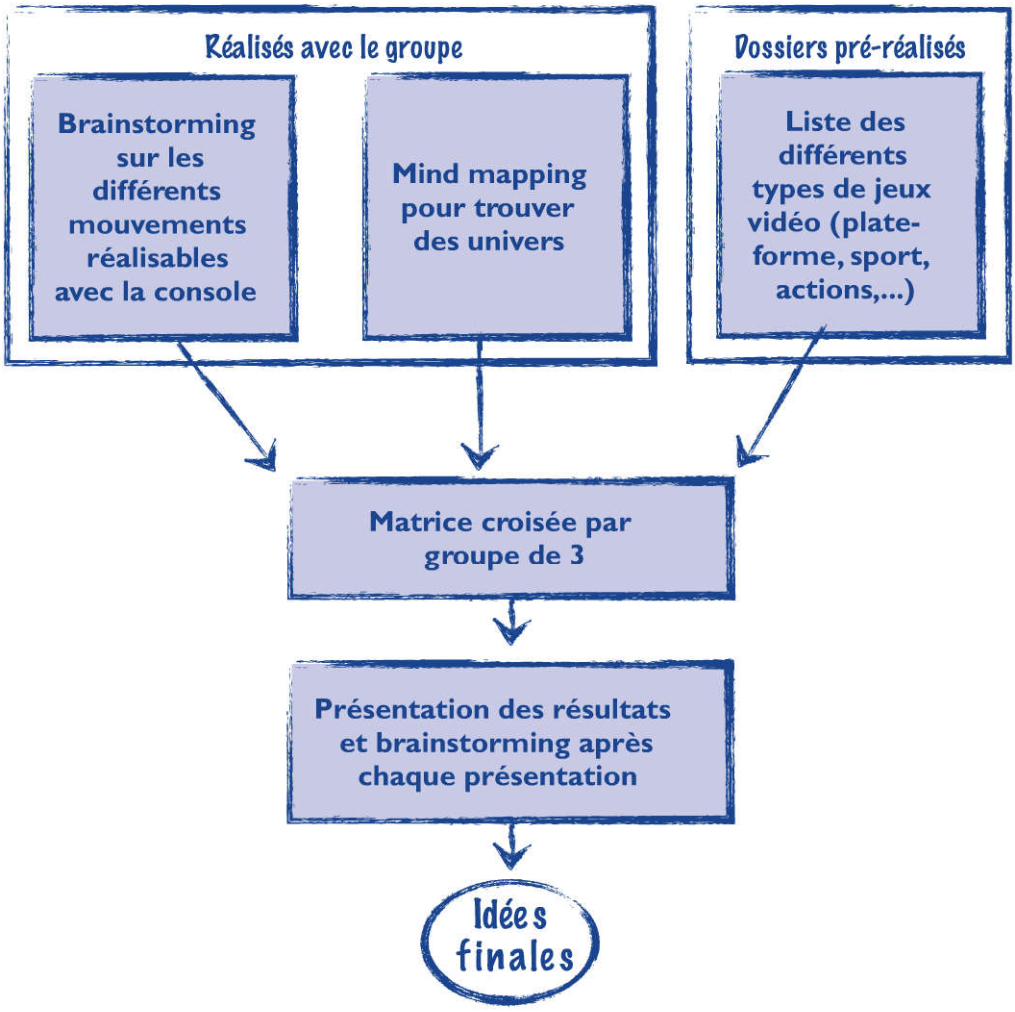
Exemple pour la trame des résultats concrets

Une société de développement de jeux vidéo souhaite créer de nouveaux jeux pour une console qui reconnaît les mouvements des joueurs. Le directeur vous demande dix idées concrètes de jeux vidéo utilisant au maximum les capacités de cette console.

Vous choisissez la trame des résultats concrets pour réaliser votre séance de créativité. Votre groupe sera constitué en majorité de participants dits « pragmatiques ».

Voici un exemple de trame.

Copyright © 2016 Dunod.



Avant la séance de créativité, vous devez réaliser des dossiers sur les types de jeux vidéo. Il est important que ces dossiers soient clairs et imagés. Il est conseillé d'expliquer un type de jeux par page avec la définition, les mots clés et des images associées. Ce dossier sera très utile pour la matrice croisée. Le dossier lui-même est censé vous remplacer, ne négligez pas sa clarté.

Comment faire pour choisir les méthodes pour cet exemple ?

Les résultats souhaités sont des idées de jeux les plus complètes possible. Ces idées seront directement issues de la matrice croisée.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Il faut donc combiner avec cette matrice des données permettant de définir, avec un maximum de précision, un jeu vidéo. Préalablement, vous aurez recherché l'ensemble des éléments définissant un jeu vidéo : le style, le scénario, l'univers, la manière de jouer, le nombre de joueurs… Vous souhaitez privilégier la précision des résultats, vous optez donc pour trois listes de mots en entrée de la matrice croisée. Parmi les éléments définissant un jeu vidéo, vous en sélectionnez trois, par exemple : la manière de jouer, les univers et le type de jeu vidéo.

En raison du temps dont vous disposez, vous ne pouvez créer avec le groupe uniquement deux listes de mots. Vous choisissez de préparer la liste des types de jeu vidéo et de travailler avec le groupe les deux listes restantes « la manière de jouer » et « les univers ».

Pour créer une liste de mots, vous disposez des brainstormings (direct et indirect) et du mind mapping.

Concernant « la manière de jouer », le brainstroming balaie l'ensemble des mouvements possibles avec la console. Un mind mapping serait difficilement envisageable car le mot de départ est difficile à trouver. Avec le brainstorming, vous trouverez des réponses à la question « quels types de mouvements peut-on réaliser avec la console ? ».

Pour « les univers des jeux vidéos », le mind mapping paraît être la méthode la plus appropriée car elle permet de s'éloigner considérablement. Le but étant de trouver un maximum d'univers différents.

Copyright © 2016 Dunod.

Récapitulatif du raisonnement

1. Déterminez le type de résultats que vous souhaitez obtenir. Par exemple, des idées de jeu très détaillées (scénario, but, dessin…)
2. Déterminez les éléments qui définissent les résultats. Par exemple, l'univers, la manière de jouer, le type de jeu vidéo, le nombre de joueurs…

3. Déterminez le nombre de listes de mots en entrée de la matrice croisée en fonction de la précision et la quantité de résultats souhaités obtenir. Par exemple, pour des résultats précis, choisir trois listes de mots en entrée de la matrice croisée.
4. Choisissez trois éléments qui définissent les résultats. Par exemple, l'univers, la manière de jouer et le type de jeu vidéo.
5. En fonction du temps disponible, définissez le nombre de listes de mots réalisables en groupe. Par exemple, deux listes de mots.
6. Choisissez les méthodes pour créer les deux listes de mots. Par exemple, un brainstorming direct pour « la manière de jouer » et un mind mapping pour « les univers ».

Carnet de route de l'exemple

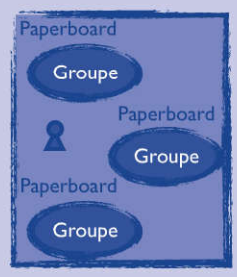
Ci-dessous, le carnet de route de la séance (le carnet de route commence une fois la chauffe réalisée).

BRAINSTORMING ORAL	14h20 - 14h35
Brainstorming sur les mouvements réalisables avec la console. RELANCE : Si on associe la manette avec un objet, quels autres mouvements peut-on réaliser ? Quelles actions de la vie courante peut-on imiter avec les manettes ? NB : Ce brainstorming doit être vivant. Vous devez donner à chacun une manette ou un objet qui modélise la manette pour qu'il exécute en temps réel les mouvements.	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres - la console

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

MIND MAPPING	14h35 - 15h
- Expliquer en quelques mots ce qu'est un mind mapping (exemple : fruit - pomme - ver - terre - ...) - Mot de départ : vous avez mis dans un sac les mots (bleu, maison, voiture, voyage et espace). Vous demandez à une personne de piocher le mot de départ. - Faire 2 mind mapping de 5 minutes et après chaque mind mapping regrouper les mots trouvés en thème de façon à ce qu'ils représentent un univers. Par exemple l'univers « automobile ».	Groupe entier Matériels - paperboard - feutres - sac avec les mots

Avant de commencer la matrice croisée, faites faire une pause aux participants. Pendant cette pause, vous en profiterez pour aménager la salle en trois parties. Vous recopierez l'ensemble des idées retenues à la suite du brainstorming et du mind mapping.

MATRICE CROISÉE	15h15 - 16h50
À partir des résultats sur les types de mouvements réalisables, les différents types d'univers et les dossiers sur les types de jeux vidéo, chaque groupe doit trouver des jeux vidéo qui combinent ces 3 résultats. Vous leur donnez un objectif par exemple 4 jeux vidéos en une heure. À la fin de l'heure, ils présenteront leurs résultats aux deux autres groupes (2 minutes de présentation par jeu). Durant cette heure, vous êtes un électron libre. Votre rôle sera de relancer le groupe. Suivant leur avancement, vous leur demanderez de développer le contenu du jeu, de faire des dessins, de préparer une scène de mise en situation pour la présentation, ...	3 groupes de 3  Matériels - paperboard - feutres - dossiers type de jeux vidéo

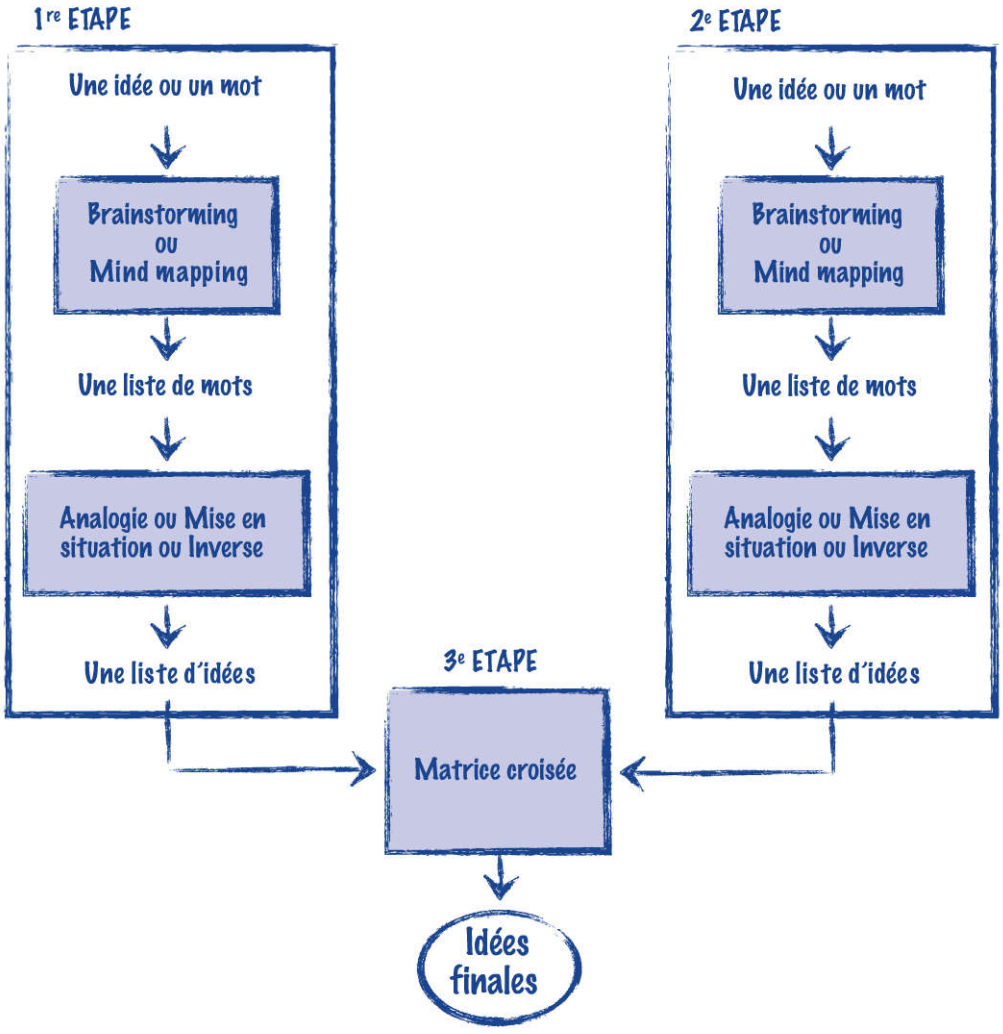
Copyright © 2016 Dunod.

Trame pour des résultats nouveaux : la trame des « polyvalents »

Le schéma de la trame

Dans cette trame associée aux résultats nouveaux, la méthode centrale est la matrice tableau. Or, pour cette méthode, nous avons vu qu'il fallait, en entrée, des listes d'idées. La première partie de la séance consistera donc à créer ces listes d'idées qui seront ensuite utilisées pour la matrice tableau.

Ci-dessous, le schéma de cette trame.



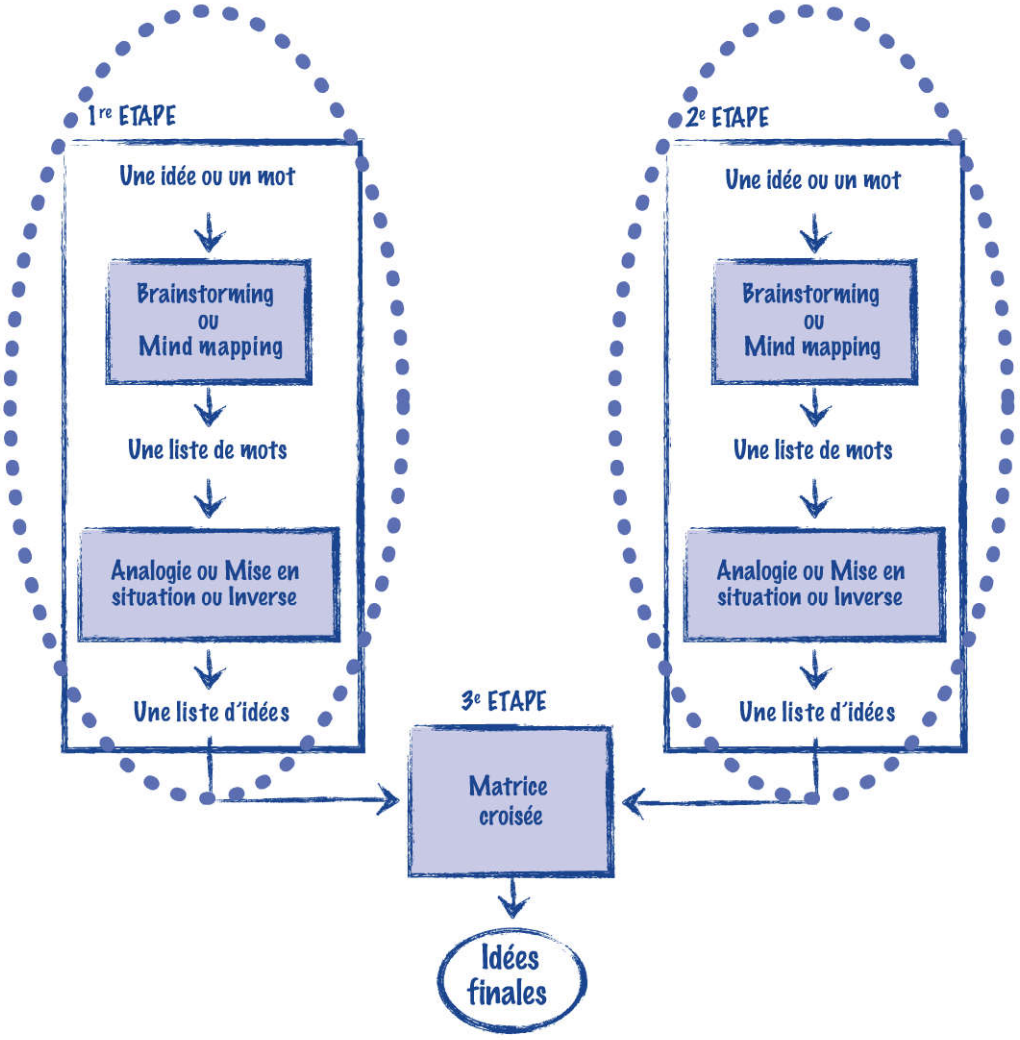
Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

› Les 1re et 2e étapes

Ces deux étapes utilisent le même enchaînement. D'abord, vous créez une liste de mots à partir d'un mot. Puis, à partir de cette liste de mots, vous créez une liste d'idées.

Pour créer les listes de mots, vous disposez des différents brainstormings et du mind mapping. Une fois, la liste de mots établie vous devrez sélectionner les idées importantes pour alimenter la méthode suivante.

Pour créer une liste d'idées en groupe, vous disposez de la méthode inverse, la méthode analogique ou la mise en situation.



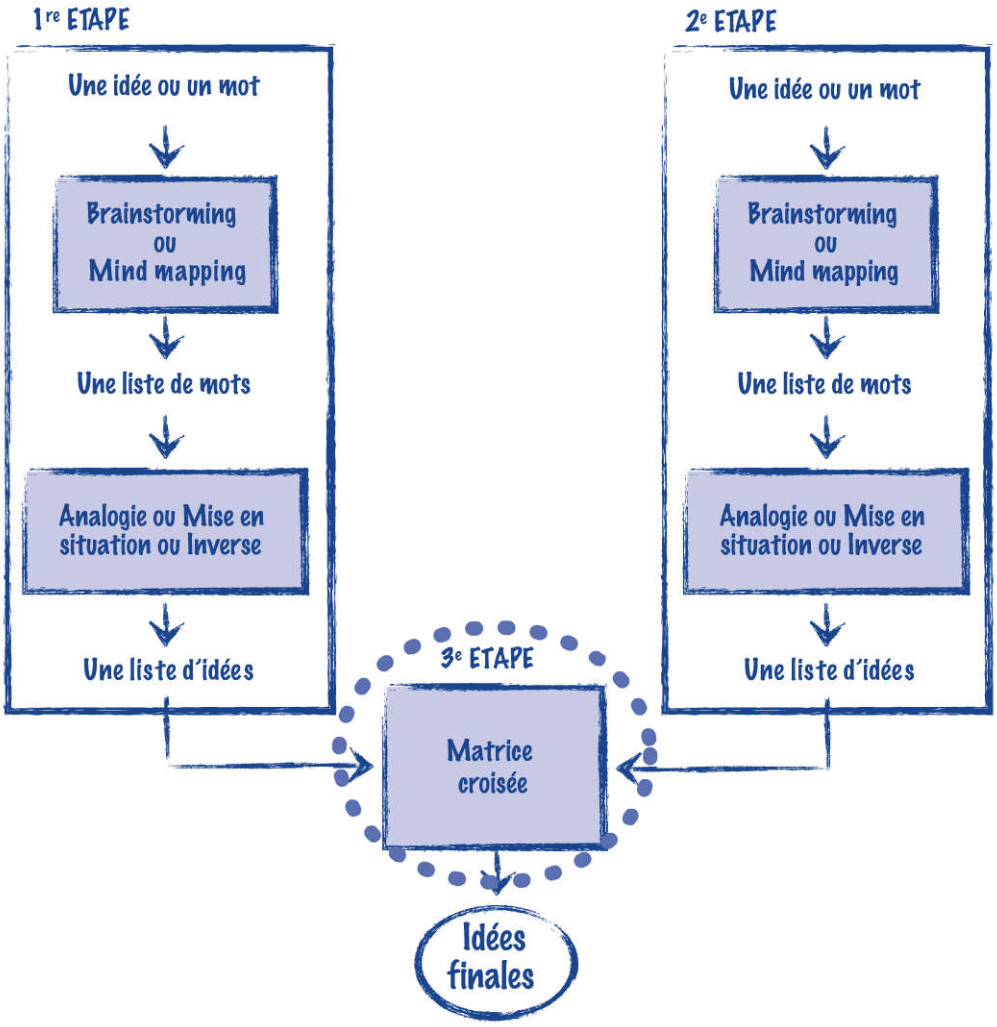
Copyright © 2016 Dunod.

À la fin des 1re et 2e étapes, vous obtenez déjà des solutions. Après chaque étape, vous sélectionnez les grandes idées.

Vous avez à votre disposition deux angles d'attaque pour le sujet de la séance. À l'aide de la fiche RECAP, vous utilisez les contours et limites du sujet pour choisir ces deux angles d'attaques.

› La 3e étape

La dernière étape consiste à croiser les grandes idées des 1re et 2e étapes dans une matrice tableau pour créer de nouvelles idées.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

› Les choix à faire

Vous choisissez dans un premier temps la méthode pour trouver la liste d'idées. Nous parlons ici d'angles d'attaque (l'analogie, l'inverse ou la mise en situation). Vous pouvez choisir de réaliser un brainstorming ou un mind mapping pour créer la liste de mots.

Suivant le temps dont vous disposez, vous pouvez raccourcir la séance en supprimant la matrice tableau. Dans le cas où vous auriez très peu de temps, vous pouvez supprimer la matrice tableau et la 2e étape.

Plus vous supprimez d'étapes, plus le nombre de résultats sera réduit.

Choix à faire

- Choisir les 2 méthodes correspondant aux 2 angles d'attaque.
- Choisir les méthodes pour créer les listes de mots.
- Choisir le mot ou idée de départ pour les méthodes créatrices de listes de mots.

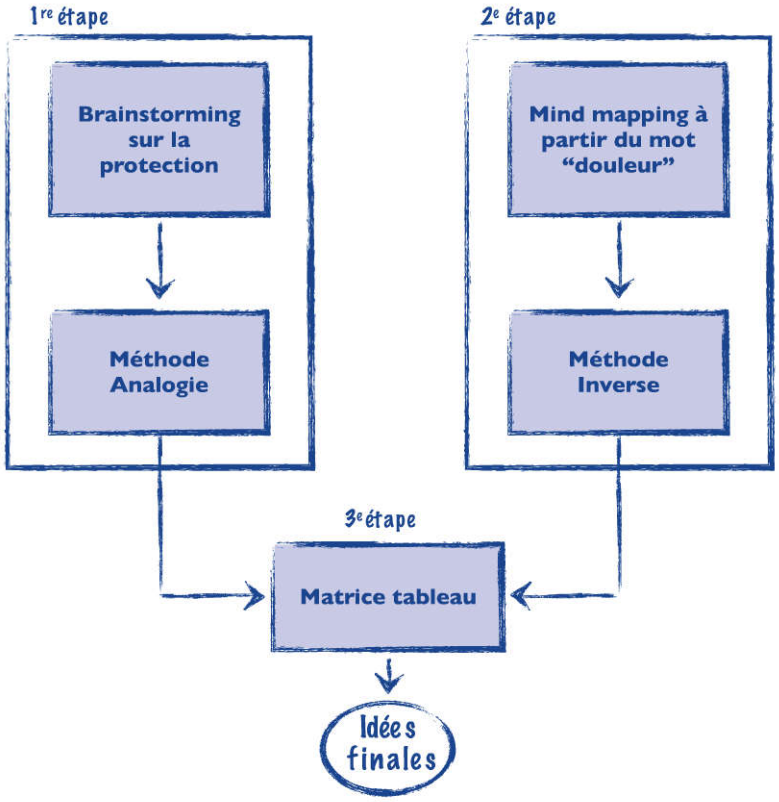
◗ Exemple pour la trame des résultats nouveaux

Une société d'accessoires de protection pour bébé cherche à développer de nouveaux produits. Le directeur vous demande 50 idées de produits pour en étudier la faisabilité.

Vous choisissez donc la trame des résultats nouveaux pour votre séance de créativité. Votre groupe sera donc constitué en majorité de « polyvalents ».

Voici un exemple de trame.

Copyright © 2016 Dunod.



Dans cet exemple, il y a deux angles d'attaque. Le premier explore la voie de l'analogie, le second s'oriente sur l'analyse inversée. Vous allez donc chercher des solutions de protection dans tous les domaines où il est nécessaire de se protéger et retranscrire dans le domaine du bébé. Puis, vous cherchez, avec la méthode Inverse, le meilleur moyen de blesser un bébé. Il faudra ensuite inverser ces solutions pour trouver le meilleur moyen de le protéger.

Le premier angle d'attaque commence par un brainstorming visant à citer toutes les protections qui existent dans notre monde. Ensuite, vous classez les idées par domaine. Dans chaque domaine, vous appliquerez la méthode analogie pour retranscrire l'ensemble des protections à celui du bébé. Par exemple, si le groupe définit un domaine sport, vous pourrez interroger les participants sur une protection de type protège-tibias pour bébé.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Le second angle d'attaque est basé sur la méthode inverse. Le groupe cherchera donc comment un bébé peut se blesser et souffrir. Vous animerez un mind mapping sur la douleur. Ensuite, vous animerez la méthode inverse avec la question « comment blesser un bébé ? ». Il ne restera plus qu'à inverser les idées pour en faire des éléments de protection.

Une fois les deux angles d'attaque explorés, vous utiliserez la matrice tableau pour créer de nouvelles idées.

› Comment faire pour choisir les méthodes pour cet exemple ?

Le but de la séance est de trouver de nouveaux produits permettant de protéger le bébé.

Avec cette trame, vous disposez de deux angles d'attaque concernant le sujet. Ces deux angles d'attaque se traduisent par la méthode analogie, inverse ou mise en situation.

- **L'analogie :** la méthode permet d'analyser tous les produits de protection et de les retranscrire au monde du bébé.
- **L'inverse :** la méthode permet d'explorer la protection sous un autre angle en commençant par l'opposé.
- **La mise en situation :** la méthode permet de mettre en situation le problème. Pour notre exemple, vous auriez pu demander à un groupe comment protéger un bébé sur un manège, dans une machine à laver, dans une boucherie, chez un marchant de sabre, dans le désert, etc.

Copyright © 2016 Dunod.

Vous devez donc choisir deux méthodes parmi ces trois. Chaque méthode sera considérée comme un angle d'attaque.

Dans notre exemple, nous avons choisi la méthode analogie , la plus appropriée. Ensuite, nous avons choisi la méthode inverse. La mise en situation peut aussi donner de bons résultats.

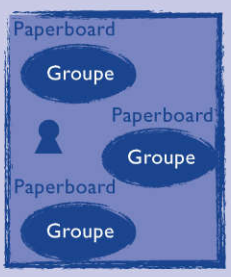
Chacune des trois méthodes (analogie, inverse et mise en situation) demande en entrée une liste de mots, une idée ou une question. Le but étant principalement d'amener le groupe dans un processus créatif au regard du thème de la méthode. De ce fait, le brainstorming sur l'ensemble des protections existantes est idéal pour réaliser une analogie ensuite. Pour la méthode Inverse concernant la question « comment blesser un bébé », vous devez animer une première méthode pour amener le groupe sur le thème de la souffrance et des blessures. Un mind mapping ou un brainstorming sur le thème de la douleur est idéal. Nous avons choisi le mind mapping pour diversifier les méthodes mais un brainstrorming serait également adéquat.

› Carnet de route de l'exemple

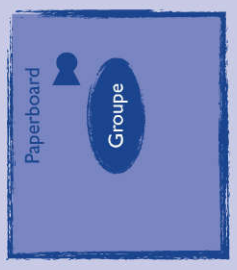
Ci-dessous, le carnet de route de la séance (le carnet de route commence une fois la chauffe réalisée).

BRAINSTORMING	14h20 - 14h50
✓ Qu'est-ce que la protection dans notre monde ? ✓ Où rencontre-t-on la protection ? ✓ Dans quels sports ? ✓ Dans la vie de tous les jours ? ✓ Dans la vie professionnelle ? Après le brainstorming, regroupez en grands thèmes les différentes idées.	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

ANALOGIE	14h50 - 15h30
- Vous répartissez les grands thèmes entre les 3 groupes. Chaque groupe doit faire des analogies pour les retranscrire sur la protection du bébé. - Au bout d'un quart d'heure, chaque groupe à deux minutes pour présenter ses résultats puis trois minutes pour débattre avec les autres groupes. - Les trois groupes se succèdent puis vous classez les grandes idées avec le groupe entier (écrivez verticalement cette liste sur une feuille de paperboard à part, en prévision de la matrice tableau).	Groupe entier  Matériel - paperboard - feutres

Faites faire une pause de 10 minutes au groupe, pensez à nommer un responsable pour surveiller le temps.

MIND MAPPING	15h40 - 15h55
Le mot central est « douleur ».	Groupe entier  Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.

INVERSE	15h55 - 16h25
Comment blesser un bébé ? Relance : ✓ avec un objet ? ✓ dans une fête foraine ? ✓ à la piscine ? Au bout d'un quart d'heure de délire sur comment blesser un bébé, vous reprenez chaque idée en l'inversant. Une fois cette étape réalisée, vous classerez les grandes idées (reprenez la feuille de paperboard utilisée pour le tri des idées issues de l'analogie pour écrire horizontalement les idées de l'inversion afin de préparer la matrice croisée).	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

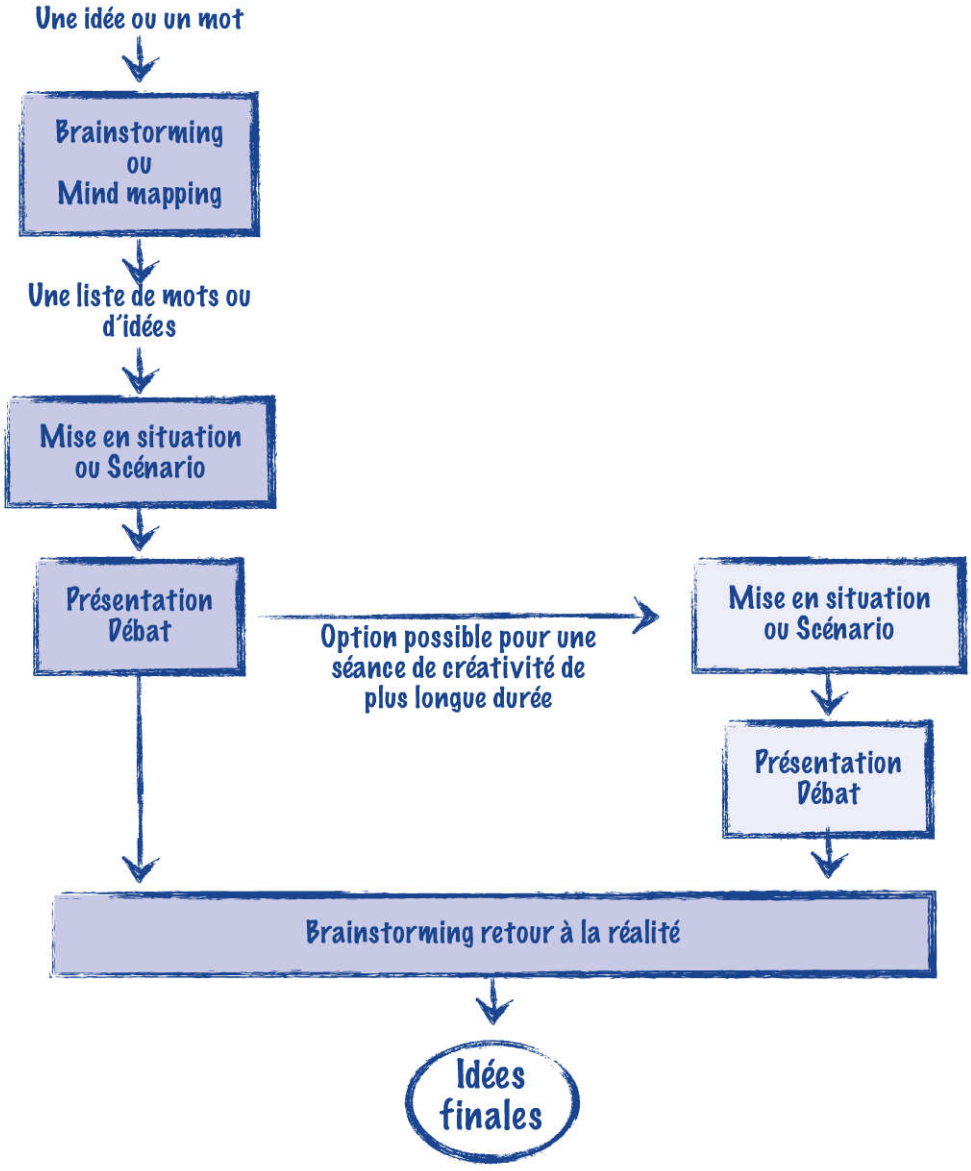
MATRICE CROISÉE	16h35 - 17h00
Avec les idées de l'analogie et de l'inversion, faites des croisements pour trouver de nouvelles idées.	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Trame pour des résultats conceptuels : la trame des « imaginatifs »

Le schéma de la trame

Dans cette trame, la méthode centrale est la mise en situation ou le scénario. Or, pour ces méthodes, nous avons vu qu'il fallait en entrée, une liste de mots ou une liste d'idées. La première partie de la séance consistera donc à créer cette liste.



Copyright © 2016 Dunod.

Pour créer les listes de mots en groupe, vous disposez des différents brainstormings et du mind mapping. Le sujet du brainstorming ou le mot central du mind mapping sera lié à la mise en situation ou au scénario. Cette première étape est nécessaire pour amener le groupe dans une phase créative. Elle facilitera l'approche imaginaire de la méthode suivante.

Après la mise en situation ou le scénario, vous animerez un débat sous forme de mini brainstorming sur les résultats.

Vous avez ensuite le choix, en fonction du temps dont vous disposez, pour réaliser un autre scénario.

Exemple pour la trame des résultats conceptuels

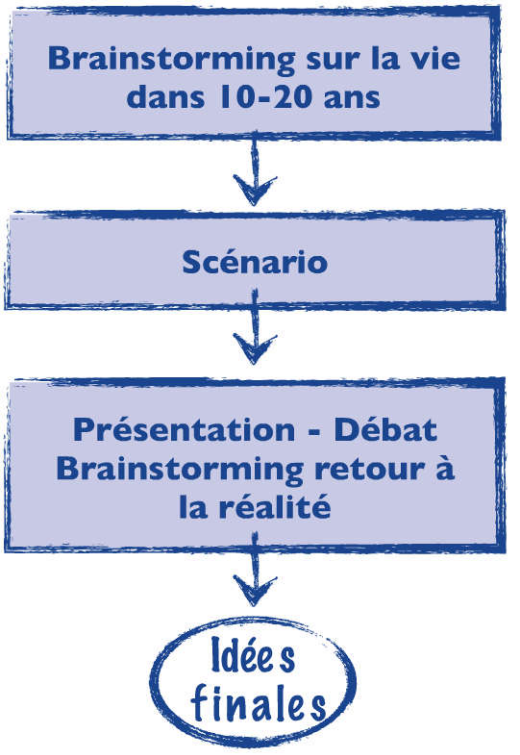
Une société spécialisée dans les produits high-tech souhaite définir des axes stratégiques pour les produits futurs. Le directeur vous demande donc un ensemble d'idées de produits qui orientera les produits des générations futures (10-20 ans).

Pour réaliser votre séance de créativité, vous choisissez la trame des résultats conceptuels avec le scénario en méthode centrale.

Votre groupe sera constitué en majorité « d'imaginatifs ».

Voici un exemple de trame.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.



Avant la séance de créativité, vous aurez préparé une présentation sur « la vie dans une vingtaine d'années ».

Vous aurez aussi demandé au groupe de venir avec un objet insolite n'ayant aucune fonction particulière.

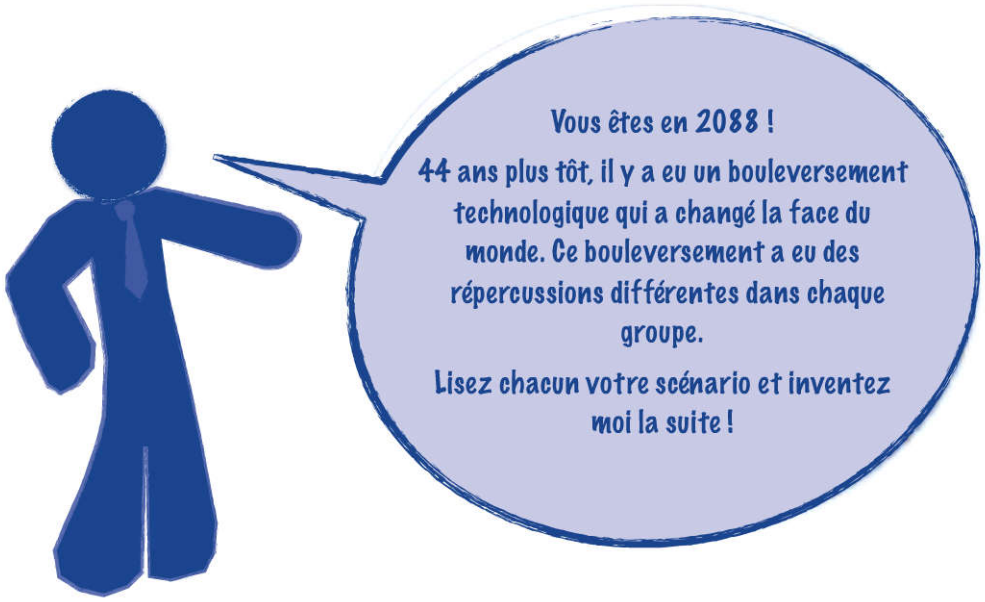
Le brainstorming sur la vie dans 20 ans suivra votre présentation. Vous demanderez au groupe de définir ce que l'homme sera capable de faire avec les avancées technologiques.

Après classement des différentes idées, vous passerez à la méthode scénario.

Vous diviserez les participants en 3 groupes, chaque groupe aura un scénario différent que vous aurez préalablement imprimé sur une feuille.

Vous ferez une présentation générale du sujet commun :

Copyright © 2016 Dunod.



N'hésitez à plonger vos participants dans le scénario en projetant des extraits de films, des images futuristes, en mettant un fond sonore de musique électronique, en fournissant du papier d'aluminium pour s'habiller avec.

Voici des exemples de scénario :

- **Avec trois objets insolites.** Les 3 objets ont une valeur inestimable en 2088, ils sont même indispensables. Quelles sont leurs fonctions ? En quoi, ils interagissent avec le monde et l'homme ? Où les trouve-t-on ?
- **Avec un objet insolite.** En 2088, l'objet que vous avez entre vos mains, d'allure simple, est en fait un concentré de technologie. Quelle est sa fonction ? De quoi est-il constitué ? Comment interagit-il avec l'Homme, avec son environnement ?
- **Avec deux objets insolites.** Avant 2088, la terre a été divisée en deux. Chaque objet appartient à chaque moitié et cet objet est en réalité essentiel à la vie de l'homme. En 2088, les deux parties de la terre se sont rassemblées et pour profiter du potentiel de chaque objet, les terriens ont choisi d'allier ces deux objets. Quelle

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

est la particularité de chaque objet ? Servaient-il dans chacun des mondes ? Comment fonctionnent-ils ensemble ?

Vous passerez dans les groupes avec des relances du type : décrivez une journée en 2088, qu'apportent les objets dans les loisirs, le travail, les tâches ménagères, le transport, etc.

Après le scénario, vous demanderez 5 minutes de présentation à chaque groupe. Lors du scénario, si un groupe est en avance sur les autres, demandez-lui de préparer une présentation à l'aide de mime, maquette, sketch, schéma, dessin, etc.

Après chaque présentation, vous animerez un brainstorming-débat sur les idées qui séduisent et sur les solutions transposables en produit, high-tech. Vous poserez sans cesse la question : et si cette idée était un produit high-tech se serait quoi ? Quelle serait sa fonction ?

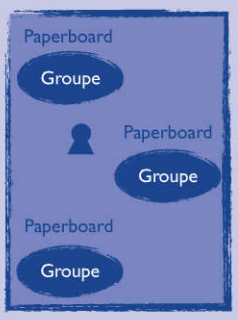
Carnet de route de l'exemple

Ci-dessous, le carnet de route de la séance (le carnet de route commence une fois la chauffe réalisée).

BRAINSTORMING	14h20 - 14h50
Présentation générale sur les tendances dans les années à venir. Demandez au groupe : ✓ quelles actions l'homme pourra effectuer avec les avancées technologiques ? (précisez que vous ne souhaitez pas avoir de produits mais des actions). ✓ la technologie et le travail ✓ la technologie et les loisirs ✓ la technologie et les activités de tous les jours	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres - présentation des tendances futures

Copyright © 2016 Dunod.

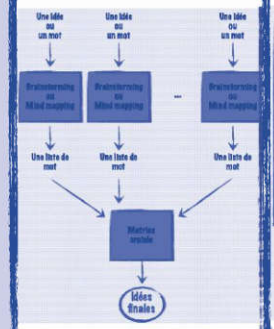
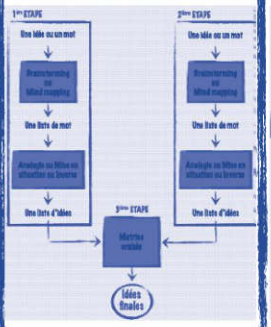
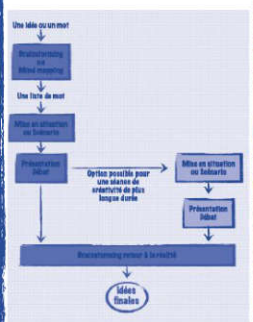
Faites faire une pause de 10 minutes au groupe. Pensez à nommer un responsable pour surveiller le temps.

SCÉNARIO	15h00 - 15h45
Présentation générale du sujet commun : vous êtes en 2088, 44 ans plus tôt, il y a eu un bouleversement technologique qui a changé la face du monde. Les 3 scénarios pour chaque groupe : - Prenez trois objets insolites. Les 3 objets ont une valeur inestimable en 2088, ils sont même indispensables. Quelles sont leurs fonctions ? En quoi ils interagissent avec le monde et l'homme ? Où les trouve-t-on ? - Prenez un objet insolite. En 2088, l'objet que vous avez entre vos mains, d'allure simple, est en fait un concentré de technologie. Quelle est sa fonction ? De quoi est-il constitué ? Comment interagit-il avec l'homme avec son environnement ? - Prenez deux objets insolites. Avant 2088, la terre a été divisée en deux. Chaque objet appartient à chaque moitié et cet objet est en réalité essentiel à la vie de l'homme. En 2088, les deux parties de la terre se sont recollées et pour profiter du potentiel de chaque objet, les terriens ont choisi d'allier ces deux objets. Quelle est la particularité de chaque objet ? À quoi servait-il dans chacun des mondes ?	3 groupes de 3  Matériel - paperboard - feutres - cartons - matériels de maquattages - Film de presentation 2088 - Papier d'aluminium - Objets insolites

BRAINSTORMING DÉBAT RETOUR A LA RÉALITÉ	15h45 - 16h25
5 minutes de présentation par groupe Après chaque présentation, animer un brainstorming débat sur les idées qui séduisent et sur les solutions transposables en produit High-Tech, Relance : Et si cette idée était un produit High-tech se serait quoi ? Quelle serait sa fonction ?	Groupe entier Matériel - paperboard - feutres

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Tableau récapitulatif des trames

Résultats souhaités	Concret	Nouveau	Conceptuel
Composition du groupe	"Les pragmatiques" complétez avec des "polyvalents"	"Les polyvalents" complétez avec des "pragmatiques" et des "imaginatifs"	"Les imaginatifs" complétez avec des "polyvalents"
Schéma de la trame			
Les curseurs de temps	Le nombre de listes de mots à créer en groupe.	- Supprimez la matrice tableau - Supprimez la matrice tableau et la 2e étape.	Possibilité de faire une autre mise en situation ou un autre scénario après le premier.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 5

Préparatifs de la séance

Copyright © 2016 Dunod.

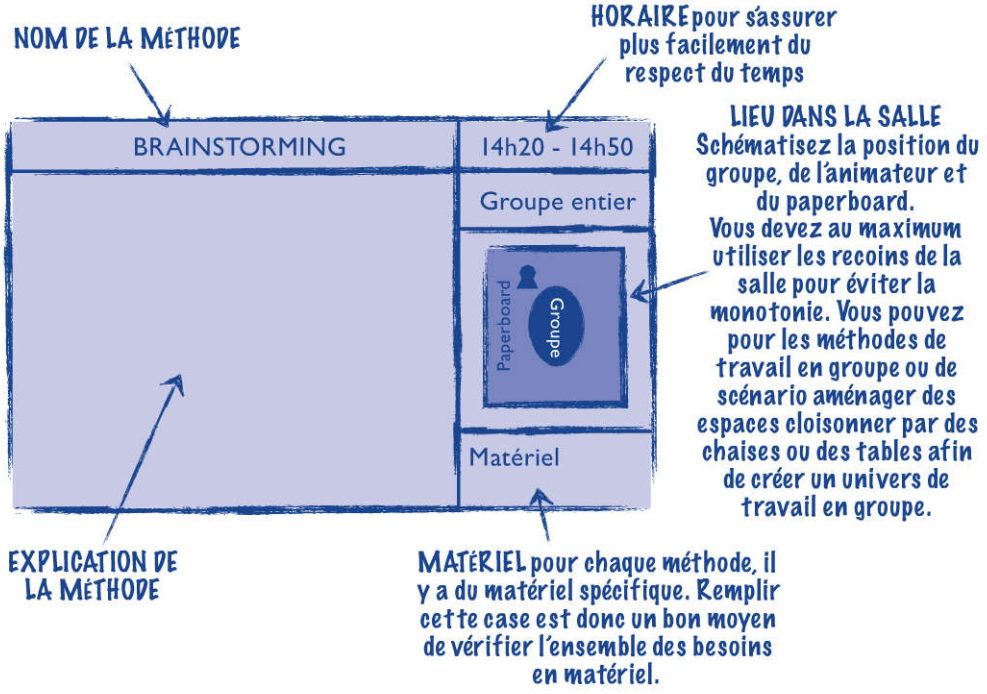
- Récapitulatif des actions à mener avant la séance de créativité
- Le carnet de route
- La salle, la décoration
- Le matériel
- La communication

Récapitulatif des actions à mener avant la séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

Le carnet de route

Vous utiliserez un carnet de route pour votre séance de créativité. Ce carnet vous permettra d'orchestrer votre séance et de penser à des détails avant la séance.



L'ensemble des étapes de la séance de créativité doit être retranscrit sur une feuille de carnet de route.

Pour le jour de la séance, vous aurez imprimé ce carnet de route pour vous guider et enchaîner les méthodes sans un oubli. Une séance de créativité peut très vite durer dans le temps, pénalisant ainsi la productivité et la qualité des résultats. Le carnet de route est un très bon outil pour l'animateur afin de surveiller le temps.

Il vous sera aussi très utile dans la création de votre support de présentation (de type Powerpoint).

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

La salle, la décoration

Le choix de la salle peut sembler anodin, mais vous devez y accorder une importance toute particulière. Le mieux est de choisir un lieu autre que les salles de travail habituelles. À défaut de disposer d'une salle particulière, changez complètement d'univers. N'hésitez pas à déplacer les meubles dans un coin de la pièce et à les recouvrir d'un drap pour couper les participants de leur cadre de travail. Récupérez les plantes de l'accueil pour décorer la salle. Vous pouvez utiliser des lampes pour créer une atmosphère différente.

N'hésitez pas à casser les habitudes. Vous pouvez animer la méthode brainstorming assis en groupe sur des coussins à même le sol. Dans le cas, d'une trame « résultats conceptuels » basée sur une méthode scénario, l'ambiance de la salle sera directement liée à la qualité de la séance. La décoration de la salle sera fonction du thème du scénario.

Privilégiez une grande salle pour pouvoir animer les méthodes dans les différents recoins. Cette astuce vous sera utile pour préserver la concentration et la motivation du groupe.

Au-delà de la décoration, il est souhaitable de ne pas afficher de niveau hiérarchique à travers la tenue vestimentaire. Cela peut nuire à l'ambiance, au dynamisme et plus généralement à la séance. Une astuce sur ce point délicat : demander aux participants d'amener une tenue décontractée en raison des activités physiques ou potentiellement salissantes.

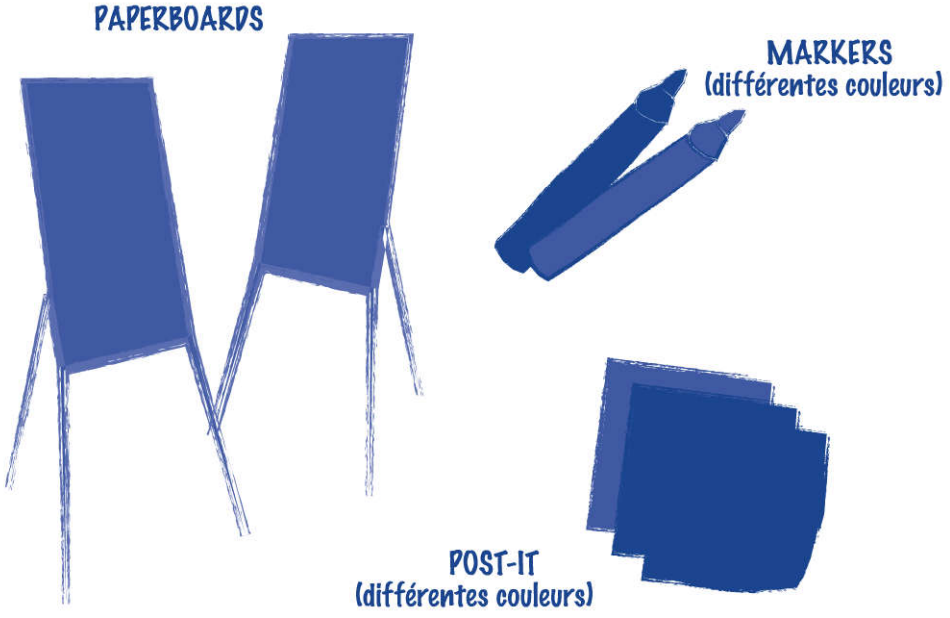
Encore une fois, vous êtes seul capable de déterminer si ce point est un problème.

Copyright © 2016 Dunod.

Le matériel

Le carnet de route vous aidera à identifier tout le matériel dont vous avez besoin pour votre séance.

Un certain nombre d'accessoires sont indispensables : des paperboards (idéalement au moins deux), des feuilles de paperboards, des markers de couleur, des post-it et du scotch.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

La méthode scénario sera la plus originale dans le type de matériel (papier d'aluminium, carton, ciseaux, pommes de terre, pâte à modeler, parfum, tapis, fil de fer, pâte à fixer, trombone, cure-dent, etc.).

Vous devrez imprimer les fiches idées (Partie 2, la séance de créativité, chapitre 6, la concrétisation).

Au cours d'une séance, vous ferez une pause toutes les heures et demie en moyenne. Pensez donc à prévoir des boissons, gâteaux et bonbons afin de préserver la convivialité de la séance. C'est aussi un excellent moyen de faire retomber les participants dans le monde de l'enfance souvent synonyme de créativité.

La communication

Lorsque vous aurez fixé une date pour votre séance de créativité, vous devrez inviter les participants. Ce premier contact doit faire preuve de créativité et d'originalité.

« Top secret,

Votre mission, si vous l'acceptez, est de trouver les produits du futur.

Pour vous aider, une séance de créativité aura lieu le 28 juin 2015 de 9h à 17h30 en salle de réception.

Votre présence est obligatoire, vous êtes le dernier espoir du pays !

Quelques recommandations :

Prévoir une tenue décontractée (ceci n'est pas une blague, les vêtements vont souffrir !), si vous ne pouvez pas, pour des raisons professionnelles pensez à en amener une, vous pourrez ainsi vous changer avant la séance.

...

Copyright © 2016 Dunod.

...

Les téléphones et les ordinateurs sont interdits. Vous pourriez vous faire repérer par l'ennemi.

– Venir sans a priori, tout ce qui se passera lors de cette séance restera dans cette séance.

Alors préparez vos neurones et soyez prêts ! »

Agent M.

« Attention ce message s'autodétruira dans

5.....4.....3.....2.....1..... secondes »

Le participant doit bien comprendre qu'il s'agit d'un engagement. S'il devait annuler après avoir confirmé, cela pénaliserait la séance.

Pour le mail d'invitation, sortez des conventions classiques de mise en page, format, trame de la société. Utilisez une police différente, insérez une citation… Le but est de laisser planer un suspens pour préparer les participants au non-conventionnel. Il faut qu'ils aient à l'esprit qu'ils vont devoir penser différemment. Le mail d'invitation est donc la première carte à jouer pour amener le groupe vers ce mode de pensée.

Copyright © 2016 Dunod.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Partie 2

La séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

Les étapes d'une séance sont ici détaillées ainsi que les techniques à maîtriser pour animer les différentes méthodes et maintenir le groupe concentré.

Sommaire

Chapitre 6 **La séance** 113

Chapitre 7 **L'animation** 127

Chapitre 8 **L'animateur et le groupe** 145

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 6

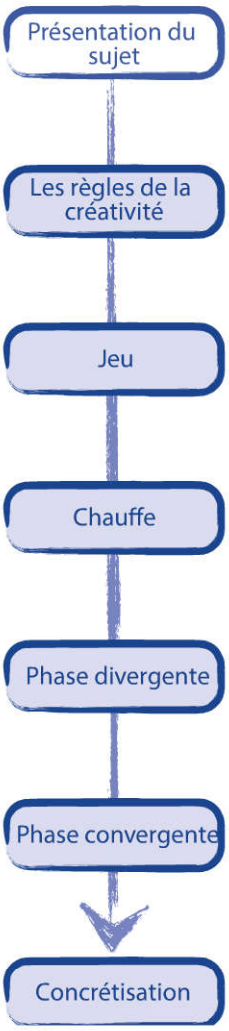
La séance

Copyright © 2016 Dunod.

- La présentation du sujet
- Les règles de la créativité
- Le jeu
- La chauffe
- La phase divergente et la phase convergente
- La concrétisation

La présentation du sujet

Il ne s'agit pas d'expliquer l'historique du sujet. Cette présentation doit être de courte durée (entre cinq et 15 minutes). Vous expliquerez aux participants les grandes lignes de la séance de créativité et son déroulement. Vous devez insister sur le fait qu'ils doivent vous faire confiance et qu'ils ne doivent pas s'inquiéter de s'éloigner du sujet.



Vous serez leur guide, le but est d'activer l'ensemble de leurs neurones pour les mettre au service de la créativité. Vous pouvez leur assurer que malgré l'aspect ludique et original de la séance, ils en ressortiront fatigués, voire exténués.

Même si vous avez interdit le téléphone dans votre mail d'invitation, pensez à demander aux participants de couper leur téléphone portable.

Vous présenterez ensuite le thème et le but.

Utilisez un support visuel en projetant par exemple quelques diapositives avec les mots clés.

Pour faire votre présentation, aidez-vous de la fiche RECAP avec les mots du viseur et le CADRE.

Copyright © 2016 Dunod.

EXEMPLE

Contexte : une entreprise spécialisée dans le fromage cherche un nom pour sa nouvelle trouvaille, un fromage en forme de frite.

Bonjour à toutes et à tous.

Je vous remercie d'avoir tenu votre engagement sans quoi le gouvernement aurait été en danger !

Je vous souhaite la bienvenue dans cette séance de créativité. Je vais être votre commandant de bord pour tout cet après-midi. Quatre heures de folie ! Vous devez avoir confiance en moi. Nous allons voyager et partir dans les moindres recoins de votre cerveau. Parfois vous aurez l'impression de vous éloigner complètement du sujet. Mais il ne faudra pas vous inquiéter. La séance se déroule en deux temps. Nous allons diverger le plus loin possible du sujet puis ensuite nous reviendrons dessus par convergence. Nous ne pourrons obtenir des résultats que si nous nous éloignons ! Faites-moi confiance !

Je peux en tout cas vous garantir une chose, vous allez être fatigués après la séance. Nous allons éveiller le moindre de vos neurones alors accrochez vous !

Le but de la séance est de trouver un nom à ce nouveau fromage en forme de frite. Il s'agit d'un fromage à base de crème de gruyère moulé en forme de frite et recouvert de panure. Les principales cibles sont les enfants. Les atouts du produit sont l'apport en calcium, l'aspect ludique du produit et son goût. Le nom ne doit pas forcément vouloir dire quelque chose, Vous pouvez jouer sur la phonétique et sur l'aspect attirant des sons.

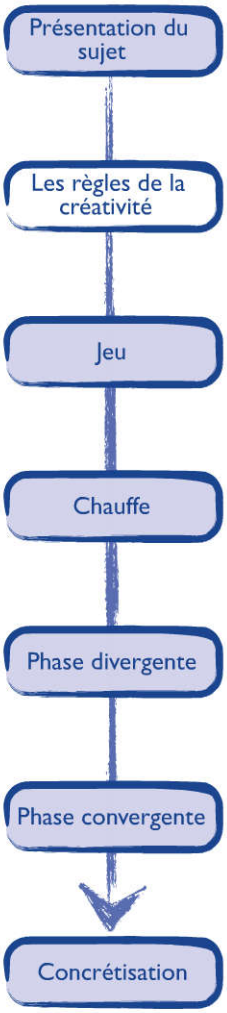
Vous sentez vous prêt à relever le défi ?

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Les règles de la créativité

Il est indispensable de présenter les règles de créativité pour le bon déroulement de la séance. La durée de cette présentation ne doit pas excéder 5 minutes.

Ces règles doivent être approuvées par le groupe. Vous pouvez symboliser le geste en inscrivant les règles sur une feuille de paperboard et demander à chacun de la signer.



La censure interdite

Durant la séance, il n'y aura aucune censure.

Il est interdit de dire

- Le chef n'aimera pas.
- Cela existe déjà.
- Ce n'est pas faisable.
- L'entreprise n'a pas le budget pour réaliser une telle idée.
- C'est bête, ce que tu dis.
- Je n'aime pas cette idée.

La censure est contre-productive, elle frustre les participants et empêche la spontanéité.

Le meilleur moyen d'illustrer cette non-censure est de l'appliquer vous-même. Lorsque vous animez la chauffe, généralement il y a toujours un passage de délire enfantin. Vous devez donc en tant que scribe, écrire tous les mots énoncés par le groupe. S'ils vous disent de

Copyright © 2016 Dunod.

ne pas écrire certains mots, profitez-en pour leur rappeler la règle de la censure interdite.

Vous pouvez préciser que tout ce qui se passe durant la séance n'en sortira pas. Cela rassure les participants timides.

Vous-même, en tant qu'animateur, vous ne devez pas avoir peur de l'éloignement ou des délires du groupe. Censurer condamne la séance.

La quantité

La quantité est le maître mot d'une séance de créativité. Tout est écrit sur des feuilles de paperboard (vous serez surpris de la quantité de papier consommée lors d'une séance). Après la séance de créativité, vous retravaillerez les idées en appliquant les filtres de l'entreprise. Chaque séance produit une à plusieurs centaines d'idées et au final, une dizaine seulement seront retenues. Il faut donc de la quantité pour trouver de la qualité.

Le farfelu

Tous les éléments originaux et non-conventionnels sont orientés vers le même but : du farfelu dans les idées, car c'est en pensant différemment que les participants trouveront des solutions. C'est en imaginant comment gaspiller de l'énergie qu'ils trouveront de meilleures idées pour l'économiser. Il faut donc du farfelu et du délire pour accepter des idées nouvelles. Le groupe doit vous faire confiance. Vous êtes le seul à connaître le fil de la séance et son but.

La démultiplication systématique

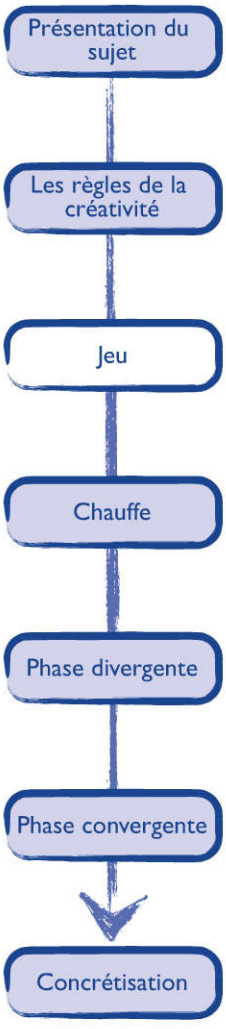
Sous ce nom se cache un concept très simple : l'association d'idées. À partir d'un mot, d'une phrase ou d'une explication, vous allez générer

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

dix nouveaux concepts. L'animateur doit insister sur ce point. Un participant peut, à partir d'une idée, en amener un autre à en trouver une nouvelle. D'où l'importance de faire parler tout le monde et tout le temps. Personne ne pense de la même manière et cette divergence d'esprit est source de création. Les participants diront « moi, je n'avais pas compris ton idée comme cela, je la voyais plus dans cet esprit, etc. ». D'une réflexion et d'un partage, vous engendrerez une multitude de nouveaux concepts.

En créativité 1 + 1 = 3

Rappelez qu'il n'y a pas de compétition, le but étant de trouver des solutions ensemble. « Lorsqu'un participant explique son idée, j'en aurai de nouvelles ».



Le jeu

Le jeu est essentiel pour mettre les participants dans une ambiance créative. Comptez 5 minutes de jeu. Il permet de faire tomber les barrières hiérarchiques et de mettre tout le monde au même niveau. De plus, vous avez réuni des personnes de profils différents qui n'ont pas nécessairement déjà travaillé ensemble. Le jeu est donc le premier exercice qui crée le groupe.

Voici 3 exemples de jeux amusants qui permettent de créer des liens. Choisissez-en un parmi ces trois ou imaginez un jeu du même type.

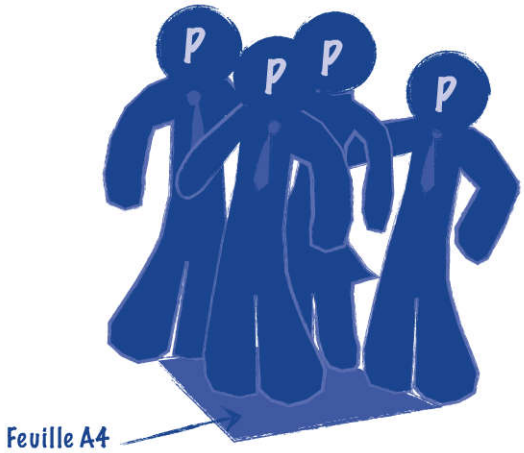
Copyright © 2016 Dunod.

Le jeu de la feuille

- **But du jeu :** tout le monde doit tenir sur la feuille.
- **Déroulement :** vous déposez une feuille par terre et demandez à tout le monde de tenir sur la feuille. Il ne doit y avoir aucun pied qui touche le sol hormis sur la feuille de papier.

Cet exercice permet une première discussion sur la résolution de ce problème et créer les premiers liens.

Si le groupe réussit facilement pliez la feuille en deux et demandez-leur de recommencer.



Le jeu de la chaîne humaine emmêlée

- **But du jeu :** démêler un nœud fait par une chaîne humaine.
- **Déroulement :** les joueurs font une ronde de manière à être tous épaule contre épaule. Vous leur demandez de tendre les bras devant eux et d'attraper une main dans chaque main. Le groupe forme ainsi une chaîne de bras emmêlés. Vous leur demandez ensuite de se démêler sans se lâcher les mains. Les participants vont enjamber des bras, tourner dans tous les sens… pour, à la fin, obtenir une ou plusieurs rondes.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

La chauffe

La chauffe est expliquée dans la partie « L'avant séance de créativité ».

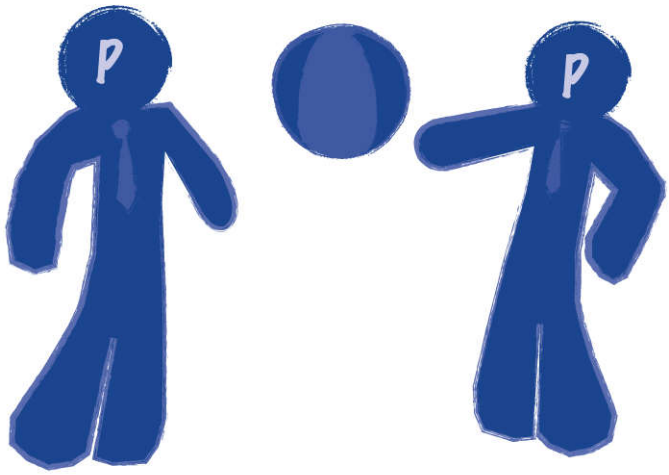
Cependant avant d'animer cette méthode, vous demanderez si quelqu'un a déjà une idée sur le sujet. Cette étape s'appelle la purge. Elle peut se dérouler à l'oral ou individuellement sur des post-it. Avec le nom de la séance et la présentation du sujet, certaines personnes ont déjà des idées. Cette question est primordiale, car une séance de créativité est construite de façon à obtenir des résultats concrets qu'à la fin.

Vous mettrez aussi à disposition des post-it et une feuille de paperboard vierge que vous accrocherez dans un coin de la salle. Les participants peuvent écrire les idées qu'ils ont à tout moment. En effet, parfois lors d'une méthode des personnes peuvent avoir un déclic et l'idée qui leur vient n'a rien à voir avec la méthode en cours. Du coup, au lieu d'essayer de la garder en tête, il l'écrit sur un post-it.

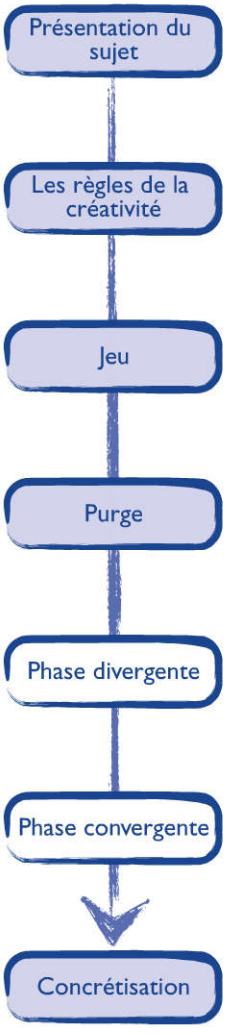
Vous reviendrez sur l'ensemble de ces idées en fin de séance.

Ensuite, vous animerez la chauffe. Cette méthode doit être dynamique, vous pouvez l'adapter avec un ballon ou un objet à lancer. Les participants se placent en rond et envoient le ballon. À chaque fois, qu'une personne reçoit le ballon, elle doit tout de suite dire un mot lui évoquant le précédent. Par ce procédé, le groupe fera naturellement en sorte que tout le monde parle au moins une fois.

Copyright © 2016 Dunod.



La phase divergente et la phase convergente



Ces phases correspondent aux 3 trames de séance évoquées dans la partie 1 « L'avant séance de créativité ».

Toutes les étapes d'avant sont donc communes aux 3 trames.

Vous animerez votre trame en respectant les horaires que vous vous êtes fixés. N'oubliez pas de faire des pauses, votre groupe en aura besoin et vous aussi !

Peu importe la trame choisie, vous serez le seul à maîtriser les limites du sujet. Vous serez le chef d'orchestre et orienterez le groupe sans le censurer. Ici réside toute la subtilité de l'animation car il faut savoir rebondir dans l'imaginaire du groupe.

Par exemple, concernant la protection de l'ouvrier sur un chantier par la méthode scénario, si le groupe parle d'un monde avec un grand trou et

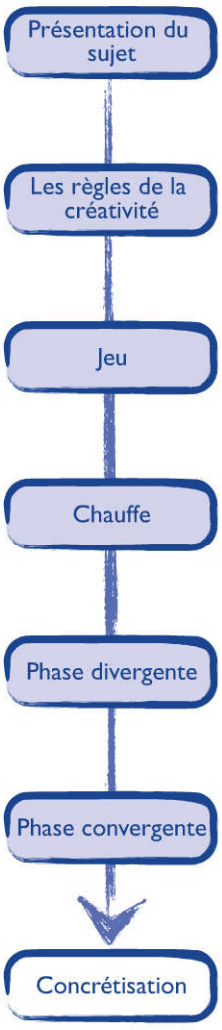
Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

des habitants au corps de singe et à tête d'éléphant, vous devez être capable de demander comment ces habitants font pour ne pas tomber dans le trou. Les solutions trouvées pour éviter de tomber dans le trou pourront être retranscrites dans le monde réel.

Vous devez être à l'affût de la moindre idée et faire en sorte de rebondir sur chacune d'elles.

Vous êtes aussi le scribe de la séance, vous écrivez tout ce qui se dit. Dès que vous avez rempli une feuille de paperboard, vous l'accrochez sur le mur. À la fin de la séance, les murs seront tapissés de feuilles de paperboard. C'est le meilleur moyen pour que les participants aient constamment sous les yeux tout ce qui a été dit.

Il n'y a que lors des séances de travail en petits groupes que vous nommerez un responsable pour noter ce qui se dit.



La concrétisation

Les fiches idées

Les fiches idées sont l'expression même des résultats. La rédaction de ces fiches permettra au groupe d'en évaluer la quantité. Vous devez consacrer minimum une heure à la rédaction de ces fiches. En moyenne, remplir une fiche prend 5 à 10 minutes. Avec un groupe de 9 personnes, vous rédigerez en une heure entre 50 et 100 fiches. Cette étape peut se dérouler ponctuellement après chaque méthode génératrice d'idées finales ou en fin de séance de créativité.

Copyright © 2016 Dunod.

Une fiche idée comprend au minimum deux catégories obligatoires : un titre et un schéma. En effet, un schéma vaut 10 000 mots. Certains participants peuvent être réticents à l'idée de dessiner, mais il ne faut pas avoir peur de le faire. Tout le monde sait faire des bonhommes bâtons et c'est largement suffisant pour exprimer une idée.

Ensuite, suivant la séance, vous pouvez ajouter jusqu'à 6 catégories.

Pour expliquer les différentes catégories, prenons un exemple de résultat de séance de créativité. Un fabricant de téléphone portable cherche à développer les téléphones du futur. Une des idées issues de la séance de créativité est un téléphone portable stylo.

Obligatoire

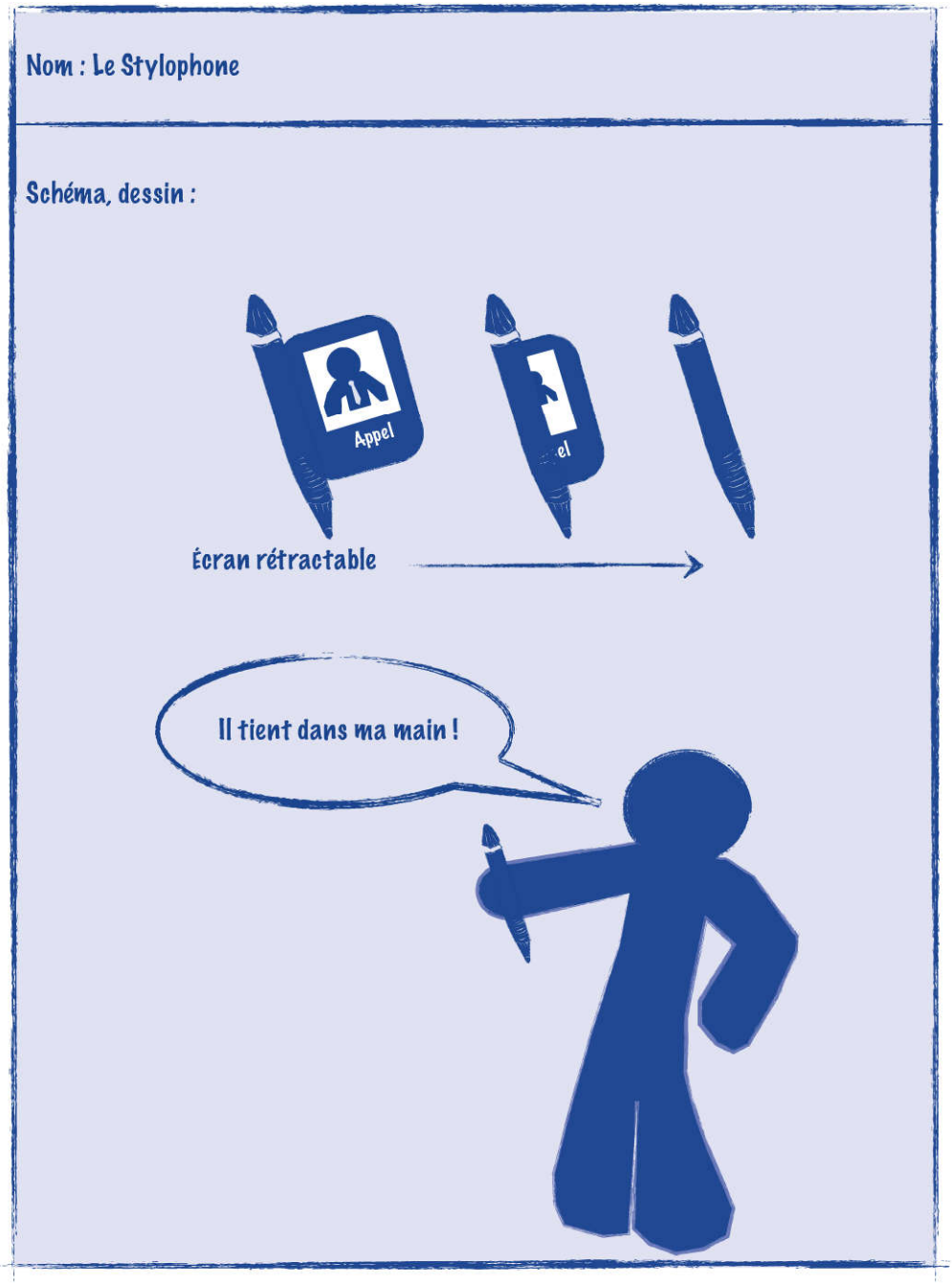
- ***Nom :*** nom du produit. Il doit être le maximum évocateur et transparent vis-à-vis du produit.
- ***Schéma, dessin :*** même si les participants ne sont pas de grands dessinateurs, le dessin aide beaucoup à la compréhension. De plus, une personne extérieure se fera une rapide interprétation du produit grâce au dessin.

Optionnelle

- ***Fonctions :*** description des fonctions du produit.
- ***Scénario d'utilisation :*** description de l'utilisateur en train d'utiliser le produit.
- ***Les + innovants :*** description des avantages innovants du produit.
- ***Pour qui :*** description de la cible visée avec le produit.
- ***Cela pourrait être :*** alternative au produit imaginé.
- ***Il faut faire attention :*** description des éventuels freins liés à l'idée.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Ci-dessous, deux exemples de fiche idée concernant un futur téléphone portable. La version « titre + schéma » est la plus utilisée.



Copyright © 2016 Dunod.

Nom : Le Stylophone

Fonction : téléphoner, lire et envoyer du courrier électronique, naviguer sur Internet

Scénario d'utilisation : Il y a un écran enroulé dans le stylo. Lorsque l'utilisateur souhaite pianoter sur son téléphone, il déplie l'écran qui se raidit automatiquement.

Schéma, dessin :

Les + innovants :

- l'écran rétractable
- possibilité de taper un numéro en écrivant les chiffres
- ne ressemble pas à un téléphone

C'est pour qui ?

- les jeunes
- les accros à la technologie

Cela pourrait être :

- seulement un tube (le stylo n'est pas nécessaire)

Il faut faire attention à :

- le stylo peut avoir une image négative
- l'aspect pratique pour téléphoner avec un tylo sur son oreille

Chaque idée issue de la séance de créativité doit faire l'objet d'une fiche idée. Encore une fois, la censure est interdite. Bon nombre d'idées en apparence inintéressantes se sont révélées très fructueuses après analyse.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

La conclusion

Après la rédaction des fiches idées, vous remerciez le groupe. Vous lui rappelez que ces résultats sont la première étape de la création d'idées. Vous allez ensuite utiliser ce travail en analysant et en appliquant les filtres de l'entreprise (faisabilité, coûts, concurrence, existant, technologie, ressources, etc.). Vous tiendrez le groupe informé des résultats et des suites de la séance.

Vous pouvez faire un rapide tour de table pour savoir en quelques mots ce que les participants ont pensé de la séance et quelles idées ils ont le plus appréciées.

Vous pouvez également leur donner trois pastilles autocollantes à coller sur les idées qu'ils ont le plus appréciées, cela vous permet d'avoir un jugement à chaud des idées séduisantes.

Demandez-leur aussi de noter les autres idées qu'ils sont susceptibles d'avoir dans la soirée ou la nuit.

Vous pouvez enfin leur souhaiter une bonne nuit car il y a de fortes chances qu'ils soient fatigués…

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 7

L'animation

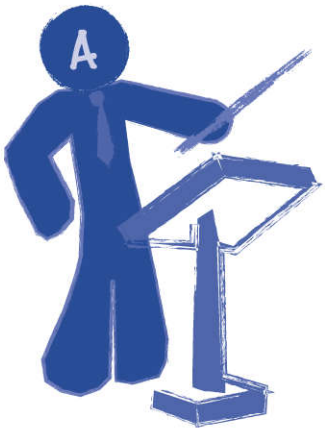
- Savoir donner la parole, faire parler tout le monde
- Savoir garder son groupe concentré et motivé
- Structurer et classer les idées
- Créativité et nouvelles technologies

Copyright © 2016 Dunod.

Savoir donner la parole, faire parler tout le monde

Lors d'une séance de créativité, il faut que le groupe soit sans cesse en émulsion. Les participants doivent en permanence parler ou donner des idées. Ce principe repose sur la règle de créativité définie par l'expression « démultiplication systématique ». Certains participants sont naturellement à l'aise. Le fait de s'exprimer spontanément n'est pas un problème pour eux, tandis que d'autres n'oseront pas nécessairement parler.

Vous devez, tel un chef d'orchestre, coordonner l'ensemble afin que chacun se fasse entendre. Plus il y a de dialogues, plus il y aura de nouvelles idées.



Il existe des techniques pour donner la parole sans frustrer les participants. Voici quelques astuces permettant de donner la parole.

- Pour la chauffe par exemple, demandez aux participants de former une ronde. Vous donnez le ballon à une personne. Celle-ci doit dire un mot sur le thème énoncé puis lancer le ballon à un autre participant. La personne qui le reçoit a trois secondes pour donner un mot qui lui évoque le précédent et lancer le ballon à une autre personne. Ainsi de suite, les participants se l'envoient et

Copyright © 2016 Dunod.

s'arrangent pour que tous les participants l'aient au moins reçu une fois. Vous pouvez décliner le jeu du ballon avec tout autre jeu qui peut désigner une personne au hasard. Il existe des dés avec 12 faces. Vous pouvez attribuer un numéro à chaque participant et à chaque lancé de dé, le participant correspondant doit dire un mot.

- Pour les méthodes en groupe, il est préférable de nommer un responsable par groupe. C'est l'occasion pour vous de choisir une personne dynamique et à l'aise. Elle poussera naturellement son groupe à parler.

  Si vous ne connaissez pas les participants sur ce point, organisez un jeu de rapidité pour former les groupes. Les personnes les plus actives sont généralement les plus rapides. Ce peut être un jeu de questions-réponses. Par exemple, vous avez trois groupes à former, vous posez donc trois questions, le plus rapide à chaque question sera responsable de groupe. Par exemple, « citez une personne que vous n'avez pas vue aujourd'hui » ou « citez un mot qui contient deux fois les mêmes syllabes ». Une fois que vous avez vos responsables, demandez-leur de choisir eux-mêmes, à tour de rôle, les membres de leur équipe. Cette ruse permet d'éviter de former des groupes avec des personnes qui ne s'apprécient pas entre elles.

  Pendant la chauffe, vous repérerez les personnes moins avenantes. Ainsi, lors de la méthode suivante vous agencerez les personnes de façon à avoir les personnes les plus dynamiques du même côté (gauche par exemple). Les deux groupes doivent être assis l'un à côté de l'autre de manière à ce qu'ils ne se rendent pas compte qu'ils forment des groupes. Lorsque vous animerez la nouvelle méthode, si des personnes ne parlent toujours pas, vous pouvez demander : « qu'est-ce que vous en pensez vous à droite ? ». De cette façon, vous ne nommez personne en particulier et évitez de mettre mal à l'aise.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Savoir garder son groupe concentré et motivé

Une séance de créativité est un exercice épuisant pour l'animateur et les participants. En effet, l'animateur est le chef d'orchestre, il doit sans cesse s'assurer du bon déroulement de la séance, garder un œil sur le sujet initial, savoir cadrer sans frustrer, surveiller le temps, animer, motiver…

Les participants doivent être dynamiques et actifs sur toutes les méthodes. Leur cerveau est mis à contribution à 200 %.

Réaliser une séance de créativité monotone la ferait inévitablement échouer. Vous devez donc toujours avoir sous la main de quoi motiver les participants. Nous vous proposons 6 moyens de conserver la motivation et la concentration.

À vous de jouer et de les motiver au maximum.

Toujours avoir des relances

Dans le carnet de route, nous avons vu que pour chaque méthode, il était nécessaire de préparer des relances. Le but est d'éviter les temps morts.

Pour chacune des méthodes que vous choisirez de réaliser, il vous faudra bien travailler vos phrases et questions de relance.

Relire ce qui vient d'être dit

L'animateur écrit tout ce qui est dit. S'il y a un temps mort, sur une méthode de mind mapping par exemple, l'animateur peut relire les derniers mots pour relancer le groupe. Le fait de les entendre à nouveau à voix haute redonne des idées aux participants.

Copyright © 2016 Dunod.

Des jeux d'éveil

Quand vous sentez le groupe fatigué, n'hésitez pas à faire un jeu d'éveil. Le jeu ne doit pas durer plus de 5 minutes mais il donnera au groupe l'énergie de continuer.

Voici quelques exemples de jeu :

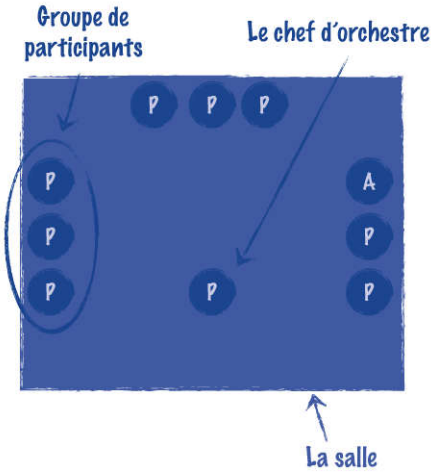
Le chef d'orchestre

- Nommez une personne chef d'orchestre et placez-la au centre de la pièce.
- Divisez les participants en trois groupes et placez-les le long de trois murs de la pièce. L'animateur participe au jeu.
- Demandez au chef d'orchestre d'attribuer un son à chacun des trois groupes.

Lorsque le chef d'orchestre montre un groupe, ce dernier doit exécuter le son. L'objectif est de composer une musique.

Variante : vous pouvez séparer chacun des groupes en deux pour attribuer 6 sons. Vous placerez deux groupes par mur. La variante se situe dans la façon de désigner le groupe. Le chef d'orchestre désigne le groupe soit en montrant de la main soit par le pied. En définitive, il y a deux groupes par mur avec chacun leur son, les deux groupes sont différenciés par la façon dont le chef d'orchestre les désignera. Par exemple, le groupe de gauche avec le pied et le groupe de droite avec la main. Cela permet au chef d'orchestre de jouer plusieurs sons en même temps.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.



› Lâcher prise

Un volontaire se laisse tomber en arrière et un ou plusieurs participants le réceptionnent par les bras avant qu'il ne touche le sol.

› Jeu de mime

L'exercice est simple et divertissant. Le plus simple est de préparer un powerpoint avec un mot par slide. Par exemple, sur le slide n° 1, vous écrivez « safari », sur le slide n° 2, vous écrivez « fraise » et ainsi de suite. Vous pouvez préparer une quinzaine de mots. Une ou deux personnes sont placées dos au powerpoint, c'est-à-dire qu'elles ne voient pas les slides projetées du powerpoint. Quand le groupe est prêt, vous leur dévoilez le premier mot, ils doivent, sans parler, mimer le mot affiché. La ou les personnes, dos au powerpoint, doivent deviner ce que mime le groupe.

Suivant la vitesse du groupe, faîtes durer le jeu maximum cinq minutes en faisant changer la ou les personnes qui devinent.

› Suivez le doigt

L'exercice est simple et amusant. Vous énoncez que, lorsque votre index est orienté vers le haut, les participants doivent être debouts et lorsque votre index est orienté vers le bas, ils doivent être accroupis.

Copyright © 2016 Dunod.

Vous allez alors les « tromper » car tout en donnant vos ordres via l'index vous serez aussi accroupi ou debout. Amusez-vous à vous accroupir en laissant votre index vers le haut : des personnes vont s'accroupir alors que votre index est resté levé.

› Les expériences improbables

Il ne s'agit pas vraiment d'un jeu mais plutôt de petites expériences ludiques à réaliser.

Demandez aux participants de se placer près d'un mur.

Dans un premier temps, demandez-leur de se mettre fesses contre le mur et talons contre le bas du mur, puis de toucher leurs pieds sans décoller les talons. C'est impossible.

Demandez-leur ensuite de se tourner de 90 degrés et de mettre, cette fois-ci, leur pied gauche le long du mur et d'essayer de lever leur pied droit, jambe tendue. C'est également impossible.

Et enfin demandez-leur de se tourner de 90 degrés de façon à avoir le bout des pieds contre le mur et le nez collé au mur. Demandez-leur d'essayer de se mettre sur la pointe des pieds. C'est encore impossible.

Ce petit interlude d'expériences détendra les participants.

◗ Emplacement dans la salle

L'emplacement dans la salle est très utile pour maintenir le groupe éveillé. L'intérêt de pratiquer une séance de créativité dans une grande salle est important car vous pourrez en utiliser les moindres recoins.

Si vous animez les différentes méthodes sur la partie avant, le fait d'animer une méthode à l'arrière de la salle procurera aux participants un regain d'énergie. Ils auront l'impression de changer de lieu et de faire quelque chose de nouveau.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Utiliser les personnes qui sont naturellement dynamiques

Dans un groupe, il y a toujours des personnes plus dynamiques, utilisez les donc au maximum : comme leaders lors des travaux en groupe ou en tant qu'animateur de jeu d'éveil. Vous devez faire en sorte qu'ils portent le groupe et qu'ils instaurent une bonne ambiance.

Dans le choix de vos participants, des personnes dynamiques sont un plus pour amener un groupe à « créativer » plus facilement.

S'assurer de la compréhension du groupe

Il y a quelques années, une étude a été publiée sur la compréhension dans un groupe. Il en a été déduit que lorsqu'une consigne, une explication ou une idée sont formulées, 8 % des personnes ne comprennent pas.

Ce n'est pas le chiffre ici qui nous intéresse, c'est le fait de prendre en compte la non-compréhension des participants. Vous devez garder en tête que lorsque vous expliquez quelque chose, il y a toujours un certain nombre de personnes qui ne comprennent pas. Vous devez reformuler et valider sans cesse que les consignes ont bien été comprises.

À défaut de répéter vous-même les consignes d'une autre manière, vous pouvez demander à un participant de réexpliquer les règles.

Il n'est pas nécessaire de demander si tout le monde à bien compris, car souvent personne n'ose le dire.

Hormis les consignes, les participants seront amenés à expliquer leurs idées. Parfois ces explications ne sont pas très claires, demandez-leur de reformuler systématiquement. N'hésitez pas aussi à avoir recours au dessin ou à la maquette. Une image ou un objet visuel est toujours plus facile à comprendre que de simples mots.

Copyright © 2016 Dunod.

De manière générale, certaines personnes ont peur d'exprimer leurs idées, vous devez donc inciter le groupe à chercher la part de positive de chacune des idées. Les résultats n'en seront que plus fructueux.

Il y a toujours au moins 5 % de bon à prendre dans une idée

Structurer et classer les idées

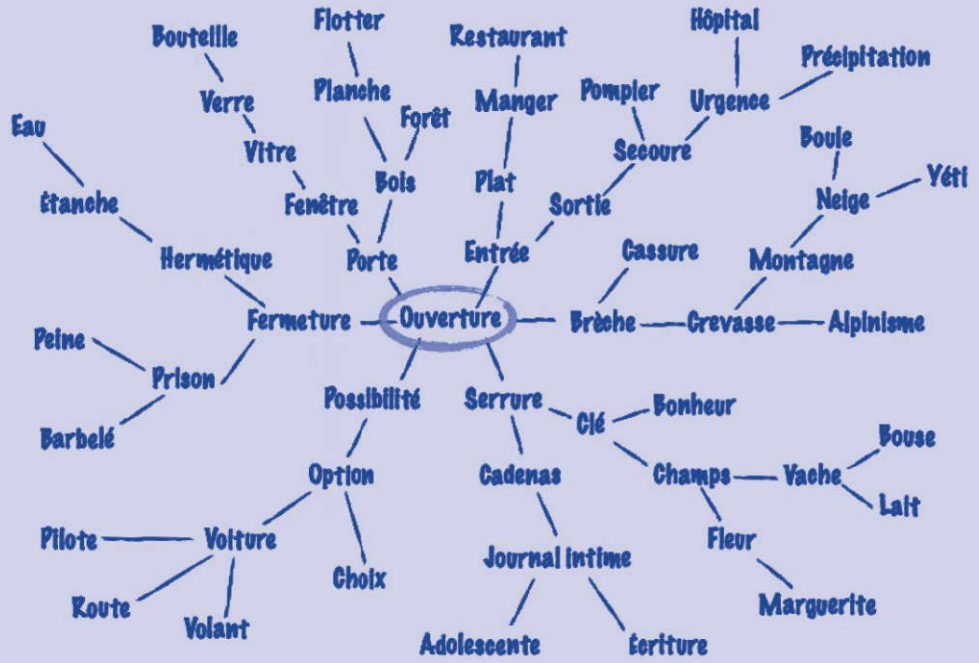
Sélectionner des idées pour créer une liste de mots

Lorsque vous réalisez les méthodes brainstorming et mind mapping, vous obtenez à la fin une liste de mots qui sera ensuite utile pour une autre méthode, comme la matrice croisée par exemple. Il est évident que vous n'utiliserez pas tout ce qui a été dit pour cette nouvelle méthode. Vous devez donc sélectionner certaines idées.

Trois possibilités s'offrent à vous : le hasard, les préférences et le choix imposé. Pour illustrer, ces différents cas, nous utiliserons l'exemple de la méthode mind mapping : le but était de créer de nouvelles manières d'ouvrir un téléphone portable.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Exemple d'un mind mapping complet



› Le hasard

Il s'agit de définir une règle de sélection basée sur le hasard. Par exemple, vous créez une liste de mots en prenant tous les 3e mots de chaque branche. Vous obtenez ainsi la liste de mots suivante :

Alpinisme - Bonheur - Champs - Journal intime - Choix - Voiture - Peine - Barbelé - Étanche - Vitre - Forêt - Planche - Manger - Secours - Montagne

Vous auriez aussi pu prendre les 4e mots ou les derniers mots. Le but est de faire intervenir le hasard pour le choix de la liste.

› Les préférences

Vous pouvez aussi demander aux participants de choisir les mots qu'ils préfèrent. Une liste de mots en compte en moyenne une vingtaine,

Copyright © 2016 Dunod.

vous leur demanderez donc, à tour de rôle, de choisir les mots ou idées qu'ils préfèrent. Pour un groupe de 8 participants, vous faites donc 3 tours.

› Le choix imposé

Ce cas se déroule à part : l'animateur procéde à la sélection d'une liste de mots pendant que les participants sont occupés à autre chose (en pause ou sur une autre méthode). Vous prenez les résultats de la méthode et, en fonction du sujet de la séance de créativité, vous sélectionnez les idées qui vous semblent pertinentes à développer. Par exemple, vous choisissez le mot fleur car il est intéressant de s'interroger sur une ouverture de portable fleur. Ce dernier cas présente des limites car il faut savoir sélectionner et cela s'acquiert avec l'expérience. Il est donc conseillé de commencer par les deux autres cas.

◗ Regrouper en thème

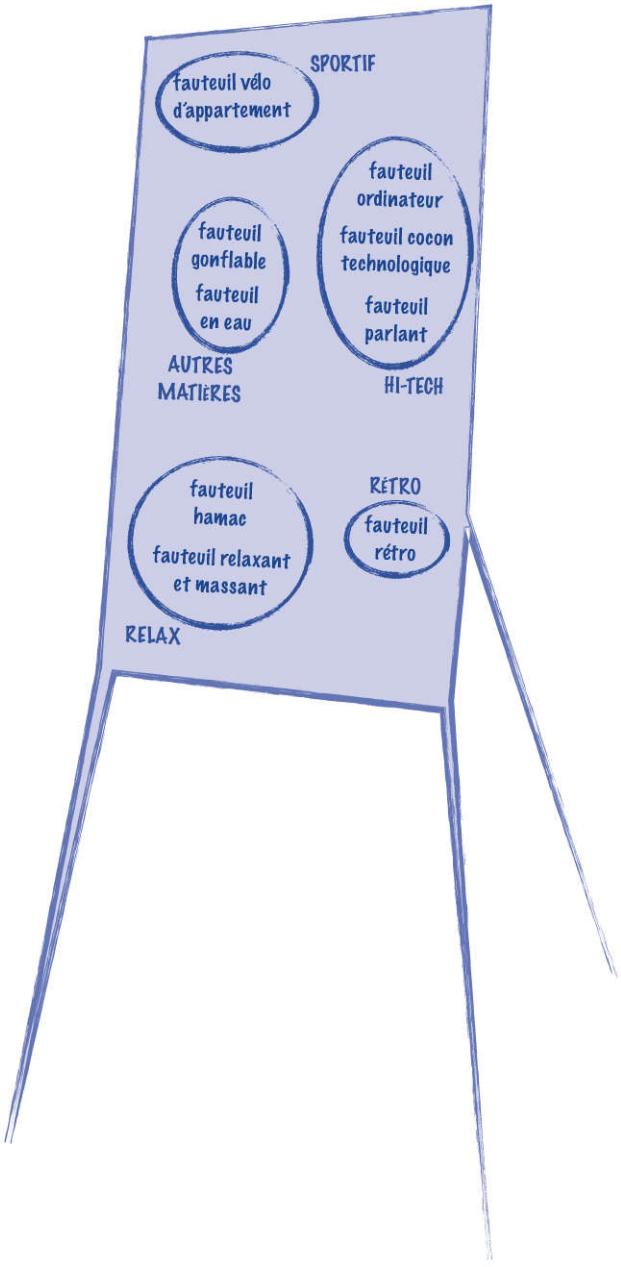
Après chaque méthode, vous pouvez regrouper les idées par thème. Le plus simple est de regrouper les idées par famille et similitude puis de nommer les différents groupes trouvés.

Pour illustrer cette démarche, prenons l'exemple d'une séance de créativité orientée sur les fauteuils. Suite à un brainstorming, les participants ont énoncé ces idées : fauteuil vélo d'appartement, fauteuil ordinateur, fauteuil cocon technologique, fauteuil relaxant et massant, fauteuil en eau, fauteuil gonflable, fauteuil rétro, fauteuil hamac, fauteuil parlant…

Pour classer ces idées, vous écrivez sur une feuille de paperboard « fauteuil gonflable ». Puis vous comparez cette idée à la suivante « fauteuil ordinateur ». Si elles ne font pas partie de la même famille, vous inscrivez donc « fauteuil ordinateur » à un autre endroit de la feuille de paperboard.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Une fois que toutes les idées sont inscrites sur la feuille, vous dessinez un cercle pour chacun des groupes et vous les nommez.



Regrouper sur deux axes

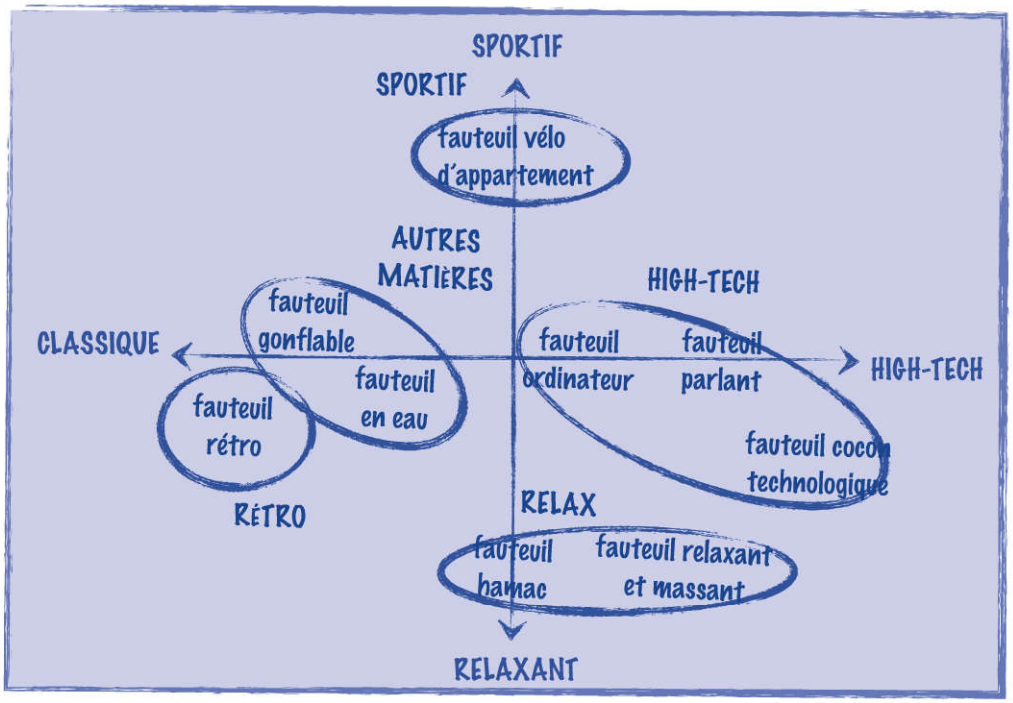
Le principe est quasi similaire au regroupement par thème, vous comparez toujours une idée à une autre. Mais au lieu de les classer

Copyright © 2016 Dunod.

par thème, vous positionnez l'idée en fonction d'axes que vous aurez choisis. Avec l'exemple des fauteuils, vous pouvez classer les thèmes en fonction de leur degré technologique et en fonction de leur fonction relaxante ou sportive.

Par exemple, le « fauteuil vélo d'appartement » est un fauteuil sportif, il est donc placé au sommet de l'axe sportif, en revanche, il n'est que moyennement hi-tech, c'est pour cela qu'il est placé au milieu de l'axe « technologique ».

Une fois toutes les idées placées, vous pouvez nommer les groupes qui s'en dégagent.



Cette manière de regrouper les idées présente l'énorme avantage d'être un outil visuel tout le long de la séance et de donner naissance à d'autres idées. À partir de cette représentation, vous pouvez interroger le groupe sur les zones de vide. Qu'est ce que serait un fauteuil sportif et high-tech ? Un fauteuil relaxant et rétro ?

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Classement par le vote

La dernière manière de classer les idées consiste à organiser un vote sur les idées préférées. Le plus simple est de donner 3 post-it de couleurs différentes à chaque participant.

Chaque post-it correspond à une valeur 1, 2 ou 3 en fonction de sa couleur. Vous demandez aux participants de placer leurs trois post-it sur les idées qui leur plaisent. Les idées qui remportent le plus de voix sont gardées pour le reste de la séance.

		TOTAL
fauteuil vélo d'appartement	2	2
fauteuil ordinateur	2	2
fauteuil cocon technologique	3 3 3 2 1 1	13
fauteuil relaxant et massant	1 1	2
fauteuil en eau	3 2	5
fauteuil gonflable		0
fauteuil rétro	3 2 1	6
fauteuil hamac		0
fauteuil parlant		0
...		

Dans notre exemple, nous voyons que les idées « fauteuil gonflable », « fauteuil hamac » et « fauteuil parlant » sont écartées. Les idées « fauteuil cocon technologique », « fauteuil en eau » et « fauteuil rétro » sont à garder pour le reste de la séance. Pour les idées restantes, vous devez discuter avec les participants de leur intérêt.

Copyright © 2016 Dunod.

Créativité et nouvelles technologies

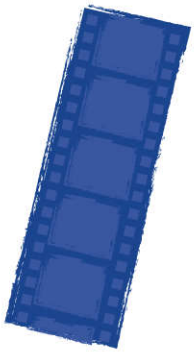
La créativité se combine parfaitement avec les nouvelles technologies.

Voici quelques exemples d'utilisations pouvant faciliter l'approche créative.

La vidéo

La vidéo est un excellent moyen d'introduire une séance de créativité ou une méthode. Vous en trouverez facilement sur Internet en accord avec votre thème. Vous pouvez aussi utiliser un extrait de film et le projeter.

Si vous vous sentez l'âme d'un réalisateur, il existe un certain nombre de logiciels de montage vidéo basique (Movie Maker® sous Windows® ou imovie® chez Apple®) qui vous permettront de réaliser facilement un film d'introduction. Il n'est pas nécessaire d'être un professionnel du montage pour créer sa propre vidéo.



L'intérêt principal est de présenter le sujet différemment afin d'inspirer les participants.

Votre support de présentation

Pour animer la séance de créativité, nous vous conseillons d'utiliser un support de présentation type Powerpoint®. Généralement, en entreprise, les Powerpoint® ont une trame prédéfinie. La séance de créativité fait alors office d'exception, car il est interdit d'utiliser la trame de l'entreprise. Vous devez casser les codes en utilisant une police d'écriture différente et en usant d'animations inhabituelles.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Votre support de présentation doit être visuellement créatif. Si vous n'êtes pas à l'aise pour la création de ce genre de support, demandez à un tiers de vous aider.

Les participants auront continuellement ce support sous les yeux, il doit donc susciter la créativité et s'éloigner du quotidien de l'entreprise.

Le vidéoprojecteur

Vous aurez nécessairement besoin d'au moins un vidéoprojecteur pour projeter votre support de présentation.

Vous pouvez utiliser un autre vidéoprojecteur pour les méthodes de mise en situation ou de scénario. Vous pouvez projeter des ambiances, sur un mur avec une image par exemple ou des économiseurs d'écran créatifs et abstraits. Pour un scénario futuriste, vous pouvez projeter une image de ville du futur sur un mur.

Certains lecteurs de musique proposent une animation vidéo abstraite en accompagnement. Ce genre de vidéo est aussi parfait pour simuler un univers futuriste.

La musique et ambiance sonore

Encore une fois, vous pouvez utiliser la musique pour plonger les participants dans l'ambiance que vous désirez créer.

Une musique électronique se prête bien à un univers futuriste. De même que des bruits de nature sont parfaits pour plonger les participants en pleine forêt.

Copyright © 2016 Dunod.

L'éclairage

Pour améliorer la projection des participants dans un monde imaginaire, vous pouvez créer une ambiance visuelle grâce à des lampes. Il existe actuellement des lampes projetant de la lumière colorée sur les murs, n'hésitez pas à tout mettre en œuvre pour faciliter et solliciter l'imaginaire des participants.

Les appareils photos numériques

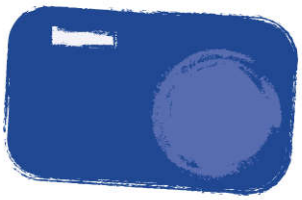
Les appareils photos peuvent vous servir sur différents points.

Les jeux

- Séparez les participants en petits groupes et demandez-leur d'aller faire une photographie originale.
- Installez le groupe au milieu de la salle puis donnez un thème et prenez une photographie de la scène. Par exemple, vous dites « journée de ski » et tout le monde mime une journée de ski que vous photographiez.

Gain de temps

Pour le compte rendu, il est utile de mettre des extraits de la séance de créativité. Un mind mapping est particulièrement long à recopier sur ordinateur. Une simple photographie, vous fera gagner un temps précieux.



Et tout ce qui n'existe pas encore…

Les nouvelles technologies sont très utiles pour la création d'ambiance, pour l'aspect ludique et le gain de temps.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Dans quelques années, il existera sûrement des outils permettant de modéliser rapidement un objet en 3D. Vous devez donc garder un œil sur les nouveautés.

Une simple mise en garde : la nouvelle technologie doit être simple et efficace. Il ne faut pas qu'il y ait de perte de temps en apprentissage pour la maîtriser. À titre d'exemple, la modélisation 3D actuelle demande un savoir faire et rien ne remplace un simple dessin ou une simple maquette efficace et explicite.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 8

L'animateur et le groupe

Copyright © 2016 Dunod.

- Le 60-30-10
- L'animateur est le scribe
- L'animateur et le travail en groupe

Le 60-30-10

Faites l'expérience de respirer toujours au même rythme. Au bout d'un moment, vous observerez que votre corps est lui-même obligé de changer de rythme et que vous devrez respirer différemment.

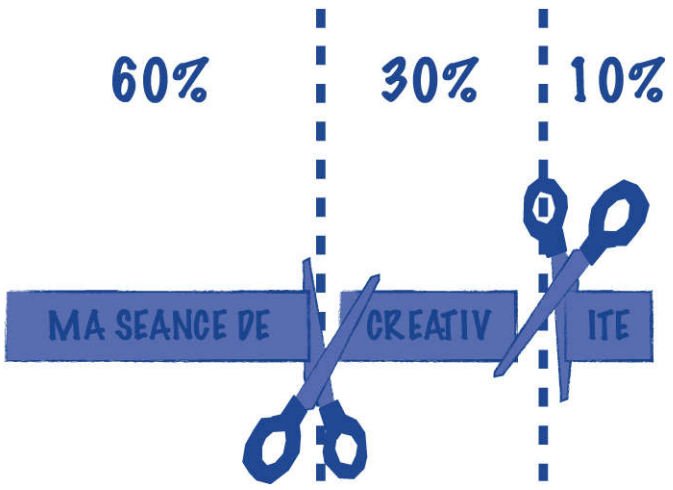
La monotonie est synonyme d'asphyxie. Il est nécessaire de prévoir des changements de rythme.

Le nom de cette méthode d'animation « 60-30-10 » représente trois pourcentages : 60%, 30%, 10%. Il s'agit de réfléchir, avant séance, aux différents rythmes à respecter pour réussir à maintenir le groupe en ébullition, tout en vous préservant vous-même. Par exemple, vous vous aménagerez des moments de pause sans que le groupe s'en aperçoive.

Pour réussir une séance de créativité, trois grands axes sont à prendre en considération :

- l'axe participants;
- l'axe support;
- l'axe lieu.

La méthode 60-30-10 doit être appliquée à chacun de ces axes. Ainsi, durant la séance, les participants travailleront de 3 manières différentes, dans 3 lieux différents et avec 3 supports différents.



Copyright © 2016 Dunod.

L'axe participants

L'axe participants fait référence à la répartition des participants lors des phases de réflexion. Généralement, la partie la plus conséquente de travail se déroule en groupe entier, c'est-à-dire l'animateur et le groupe. Vous pouvez aussi former des sous-groupes qui travailleront de manière autonome. Vous passerez parmi eux pour observer leur état d'avancement et les aider à développer des idées. Au final, 4 possibilités s'offrent à vous :

– le groupe entier avec l'animateur ;

– le groupe entier sans l'animateur ;

– le travail en plusieurs sous-groupes et l'animateur anime chacun d'entre eux successivement ;

– le travail individuel.

Vous devez alterner votre manière d'animer la séance pour éviter de lasser et ennuyer les participants.

L'axe support de présentation

L'axe support de présentation représente tout ce que vous allez utiliser durant la séance pour présenter et animer. En règle générale, vous disposez d'un vidéoprojecteur pour projeter des présentations, des images ou des films. Vous disposez aussi de supports papier, feuilles de paperboard, dossiers, fiches idées. Mais il y en a d'autres tels que des maquettes, des objets, de la pâte à modeler, des jouets de constructions, de la musique, une mise en scène, un test d'usage… Vous devez de la même manière que vous aurez défini l'axe participants, répartir votre temps avec les différents supports selon des pourcentages avoisinant les 60 %, 30 % et 10 %.

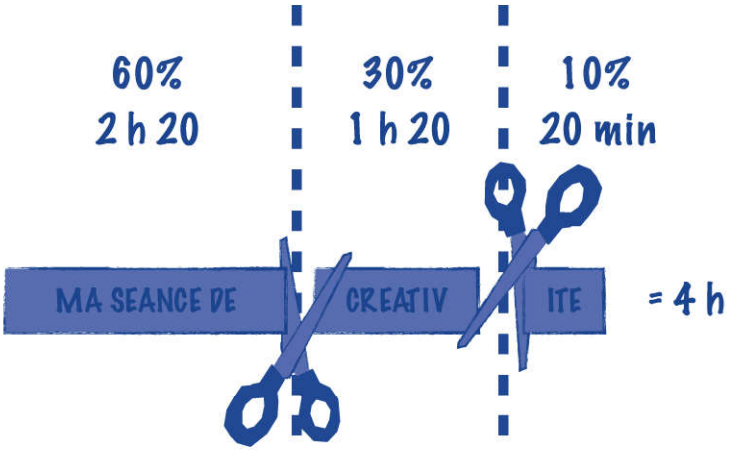
Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

L'axe lieu

L'axe lieu représente l'endroit dans la salle de créativité où vous travaillez. Lorsque vous dessinez la représentation schématique de la salle dans le carnet de route, vous pourrez facilement observer si vous avez respecté l'ordre de grandeur des pourcentages. Il faut garder la même salle pour toute la séance et en utiliser les moindres recoins. Changer de salle ne serait pas productif car il faudrait déplacer toutes les feuilles de paperboards déjà écrites. Les participants doivent toujours avoir sous les yeux tout ce qui a été écrit.

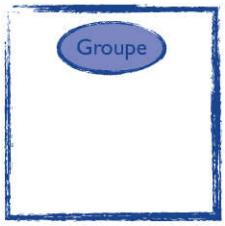
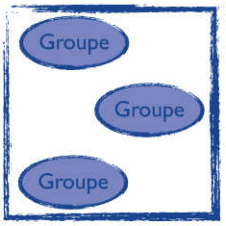
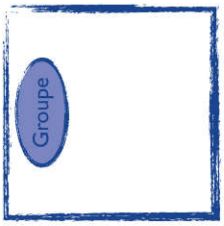
Exemple

Par exemple, pour une séance de 4h, le calcul des 3 pourcentages « 60-30-10 » donne trois périodes de 2h20, 1h20 et 20 minutes.



Vous devez à présent répartir vos trois axes « participants », « supports de présentation » et « lieu » selon les trois périodes.

Copyright © 2016 Dunod.

	2h20	1h20	20 min
Axe participants	l'animateur + le groupe	L'animateur + 3 groupes de trois	le groupe seul
Axe support de présentation	Paperboard et papier	Construction de maquette (carton, pate à modeler, cure dent, etc...)	Vidéo, image et son
Axe lieu			

Attention, la période de 2h20 peut être modifiée en fonction des axes. Vous pouvez très bien travailler dans la configuration « animateur + groupe » en utilisant un support vidéo.

L'animateur est le scribe

Il s'agit bien de trois axes distincts. Vous pouvez mixer les variantes indépendamment. Hormis lors du travail en groupe, l'animateur est le scribe pour chacune des méthodes. Il anime et écrit tout ce qui est dit. Il est très important de tout écrire car cela permet de ne pas censurer. Si une personne dit « bouse de vache », l'animateur doit écrire « bouse de vache » sur le paperboard. Cela interpellera sûrement les participants, vous leur rappellerez alors qu'il ne doit pas y avoir de censure. Chaque feuille de paperboard écrite doit être affichée et scotchée au mur. Il faut que les participants aient toujours sous les yeux tout ce qui a été dit durant la séance. L'animateur doit donc jongler entre écrire tout ce que disent les participants, accrocher les feuilles, animer la méthode, être garant du respect du temps et maintenir les participants motivés et concentrés.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Pour écrire et animer en même temps, l'animateur ne doit pas tourner le dos aux participants. Il doit se placer sur le côté du paperboard. Pour scotcher les affiches, demandez à un participant de vous aider. Pour surveiller le temps, utilisez une pendule dans la salle et remplissez le carnet de route avec les horaires.

L'animateur et le travail en groupe

Certaines méthodes se pratiquent en groupe. L'animateur laisse les groupes agir indépendamment. Vous devez leur donner tous les éléments nécessaires pour qu'ils puissent travailler seuls.

Lorsqu'ils travaillent chacun sur leur sujet, vous pouvez d'une part vous reposer et d'autre part circuler parmi eux pour savoir s'ils ne rencontrent pas de problèmes. Vous pouvez leur demander où ils en sont et les aider en proposant des pistes.

Si un groupe est en avance, vous lui conseillez de préparer une présentation originale (maquette, mise en scène, sketch…)

Combien de personnes par groupe ?

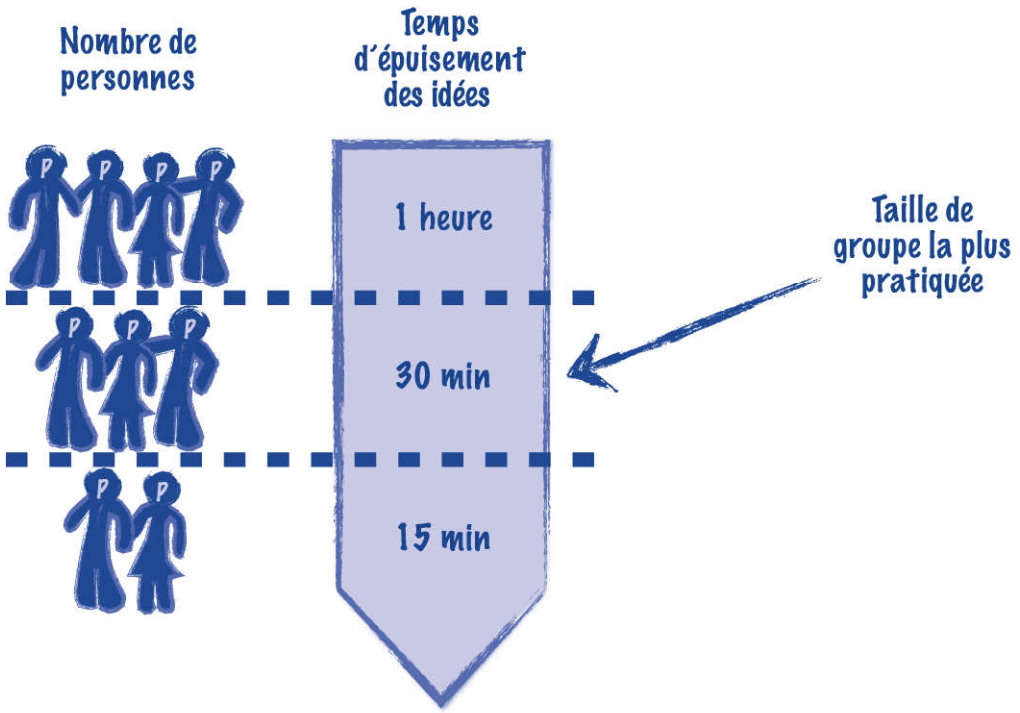
Le but d'une séance de créativité est d'obtenir un maximum d'idées. Or, la quantité et la précision des résultats dépendent du nombre de personnes par groupe.

À 4 personnes, les résultats seront des consensus globaux regroupant l'ensemble des idées.

Le nombre de participants détermine le temps nécessaire à l'épuisement des idées. Il n'est pas utile de faire travailler un groupe de 3 personnes plus de 30 minutes sur la recherche d'idées. Vous devez leur donner de nouvelles pistes ou leur demander de travailler leur présentation des résultats si vous souhaitez les faire travailler plus longtemps en groupe.

Copyright © 2016 Dunod.

Le temps d'épuisement des idées correspond au temps nécessaire de travail. Faire travailler un groupe de 4 personnes pendant 30 minutes ne sera pas productif car elles n'auront pas le temps de se mettre d'accord.



Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Partie 3

L'après séance de créativité

Copyright © 2016 Dunod.

Sommaire

Chapitre 9 **Capitaliser : que faire des résultats obtenus ?** 155

Chapitre 10 **Rediffuser : création des comptes rendus** 161

Chapitre 11 **Évaluer : de l'idée au concept** 165

Chapitre 12 **Comment progresser ?** 171

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 9

Capitaliser : que faire des résultats obtenus ?

Copyright © 2016 Dunod.

- Les idées
- Le lieu de la séance de créativité
- Les méthodes
- Les participants

En fin de séance, vous aurez un très grand nombre de feuilles de paperboard, de post-it et de fiches idées. L'ensemble des idées ont été traduites et rédigées, mais il peut y avoir des oublis. Pensez donc à récupérer l'ensemble des supports.

La séance de créativité n'étant pas une fin en soi, vous allez devoir capitaliser l'ensemble de l'information récoltée pour la traiter.

Les idées

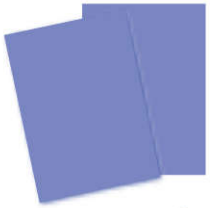
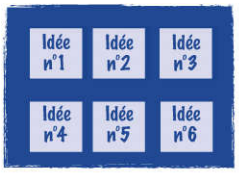
Les idées à l'état brut doivent être scannées et gardées pour les phases suivantes. L'idéal est d'avoir toutes les idées rédigées sur des feuilles format A4.

Vous pourrez prendre en photo chacune des idées sur post-it (idéalement lors de la séance). Ainsi, vous pourrez vérifier si tout a été traité ou si des idées vous ont échappé.

Astuce

Les fiches idées doivent être rédigées au stylo, le crayon de papier ne passe pas au scanner !

Copyright © 2016 Dunod.

 Fiches idées	Scanner
 Idées post-it	Photo (plusieurs post-it sur une feuille A4)
Feuilles de paperboard (mind mapping, classements par thème...)	Photo

Le lieu de la séance de créativité

Au-delà des résultats, vous devez aussi capitaliser sur le lieu de la séance. Faites le point sur les avantages et les inconvénients de la salle afin de déterminer si elle peut resservir une autre fois.

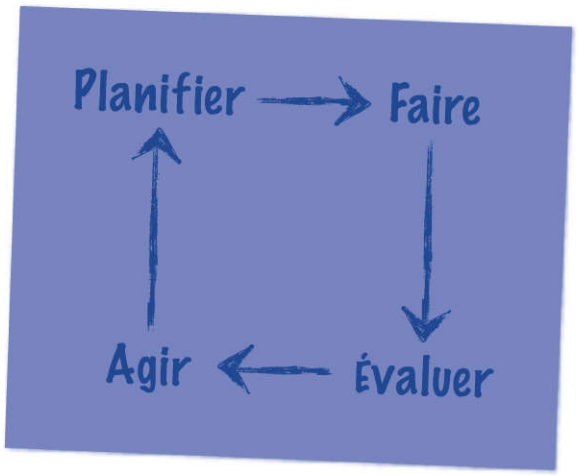
Il est conseillé de créer un fichier sur ordinateur dans lequel vous préciserez le thème de la séance et la salle choisie. Notez les bons points et pour quels types de méthodes ce lieu est le mieux adapté. Au fur et à mesure, vous aurez ainsi une base de données des salles de travail avec leurs avantages et leur légitimité vis-à-vis du type de séance.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Les méthodes

Après la séance, il est temps de faire le bilan sur les méthodes et déterminer celles qui ont le mieux fonctionné ou, à l'inverse, ont été un échec. Vous devez retracer l'ensemble de la session de travail et analyser l'origine des échecs et des réussites. Vous vous construirez ainsi une expérience de créativité.

Outre le fait de s'analyser soi-même, il est intéressant de voir comment ont été perçues la séance et les méthodes par les participants. Vous profiterez donc de votre conclusion de fin de session pour faire un tour de table avec le groupe afin de connaître en quelques mots le ressenti à chaud. Il est conseillé de remettre un questionnaire plus détaillé qui vous permettra de vous évaluer sur votre travail d'animateur.



Le questionnaire que nous vous proposons est le suivant :

Copyright © 2016 Dunod.

Évaluation de la séance de créativité

L'organisation (salle, timing, préparation,...) ...../10

.....

.....

.....

Les méthodes utilisées (Avez vous eu du mal à adhérer à certaines méthodes ?) ...../10

.....

.....

.....

Résultats obtenus, satisfait ? (Avez vous l'impression d'avoir bien travaillé ?) ...../10

.....

.....

.....

Ambiance (Des éléments vous ont-ils surpris ?) ...../10

.....

.....

.....

Points positifs, à conserver,...

.....

.....

.....

Points négatifs, à améliorer,...

.....

.....

.....

Autres remarques :

.....

.....

.....

Copyright © 2016 Dunod.

Les participants

Les participants sont également importants dans le bon fonctionnement d'une séance. Vous pourrez vous rendre compte de l'apport plus

fort de certaines personnes. La mixité des profils est intéressante dans ce type de session.

C'est l'occasion de vérifier si les personnes invitées correspondent à ce que vous aviez imaginé (plutôt rationnelles, « les pragmatiques » ou plutôt projectives, « les imaginatifs »).

Cette réflexion vous permettra de mieux choisir vos participants pour une prochaine séance.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 10

Rediffuser : création des comptes rendus

Copyright © 2016 Dunod.

Il existe deux types de comptes rendus en fonction des destinataires : le compte rendu destiné au décideur (complet et exhaustif) et celui destiné aux participants et autres personnes concernées par le projet (compte rendu présentant uniquement les résultats).

Pour le premier, l'idéal est de reprendre la trame de la séance de créativité et pour chaque phase créative, donner les résultats qui en sont sortis. Une conclusion pourra être donnée pour chaque partie.

Vous terminerez par les fiches idées obtenues et une conclusion finale sur les « coups de cœur » des participants. L'idée est de reprendre la fiche RECAP et de balayer les différentes idées. Vous pourrez facilement pré-sélectionner des thèmes à garder.

EXEMPLE

- **Phase 1 :** brainstorming. Imaginons que les résultats ont été classés par thème lors de la séance, vous pourrez donc remettre sous chaque thème la photo avec les post it correspondants.
- **Phase 2 :** analogie. Vous pourrez mettre les résultats des analogies en vrac et mettre en mini conclusion ce qui prédomine dans les idées obtenues.
- **Phase 3 :** mettre les idées finales, idéalement, classées par thème.

Vous finirez par une conclusion globale sur les idées et sur le ressenti des personnes présentes.

Pour le 2e compte rendu, il suffit de regrouper les fiches idées concrétisées ainsi qu'un message expliquant les prochaines étapes : sélectionner les meilleures idées et les retravailler.

Il est important pour les participants de matérialiser la réussite de la séance par le nombre de fiches idées obtenues.

Ce document qui réunit les idées finales est le document à conserver, il doit être daté et signé. Il permet de capitaliser un travail donné.

Copyright © 2016 Dunod.

Vous ne serez pas toujours dans le même service ou la même entreprise. Il est donc nécessaire d'être pointilleux sur la réalisation de ce document.

Il faut bien comprendre que vu de l'extérieur, une séance de créativité peut être interprétée comme un moment de détente, chronophage et peu efficace. C'est également pour éviter ces remarques qu'il faut communiquer sur les résultats obtenus.

Les idées émises lors des séances doivent être évaluées. C'est la phase la plus difficile. Il s'agit de noter pour chacune des idées si elle est pertinente, originale et faisable.

Vous pouvez premièrement faire un état des lieux à la fin de la réunion. Au cours du tour de table, vous demanderez aux participants s'il y a une ou deux idées qui semblent vraiment intéressantes par rapport au sujet. Vous pourrez noter une première tendance sur une des idées ou sur un des axes. Il est important de sentir ce que le groupe a aimé. Lors du regroupement des idées, des axes (plusieurs idées similaires) doivent ressortir. Ces axes sont importants car ils reflètent un accord du groupe sur un des concepts.

À cette étape-là, vous avez capitalisé toutes les idées obtenues. Il faut maintenant les protéger. Dans un premier temps, vous pourrez déposer le book des idées à l'INPI à l'instar d'une enveloppe Soleau.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

C'est une protection minimale et indispensable. Elle date l'idée et pose les bases d'un éventuel brevet.

Pour faciliter les étapes suivantes, il est conseillé de classer les idées par thème.

Ensuite, il faut reprendre chacune des idées, une par une, et les évaluer.

C'est un travail long et fastidieux, que vous devrez réaliser à plusieurs avec, notamment, le décideur. Vous pouvez également prendre des personnes n'ayant pas participé à la recherche d'idées qui amènent un regard extérieur enrichissant.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 11

Évaluer : de l'idée au concept

Copyright © 2016 Dunod.

À ce stade, il est très difficile de noter les idées sur des grilles d'évaluation classique. En effet, le peu de précision ne permet pas d'inclure les notions de prix ou encore les difficultés de conception.

À la fin d'une séance, vous pourrez avoir recueilli plus d'une centaine d'idées, ce qui peut rendre très long et fastidieux le travail de sélection.

Dans cet outil, nous proposons trois critères (EOF) :

1. **Efficacité**
2. **Originalité**
3. **Faisabilité**

Vous pourrez ainsi sélectionner les meilleures idées rapidement et facilement.

Il suffit de noter les idées de 0 à 3 selon chaque critère.

- **L'efficacité :** est-ce que l'idée répond au cahier des charges initial ? Est-ce qu'elle permet de résoudre le problème posé ?
- **Originalité :** est-ce que l'idée est originale ? Existe-t-il une concurrence de ce produit/service ?
- **Faisabilité :** l'idée est-elle faisable ? Au niveau technologique ? Au niveau organisationnel ?

Vous aurez donc 3 notes pour chacune des idées. C'est ainsi que nous déterminons des profils d'idées. Nous prendrons comme exemple les cas extrêmes pour montrer les différentes catégories.

Les 3-3-3 sont les idées très pertinentes, très originales et très faciles à mettre en œuvre.

Vous avez également les 3-0-3 qui ne sont pas originales mais qu'il faut mettre en œuvre tout de suite car elles répondent à notre problématique et sont faciles à réaliser.

Copyright © 2016 Dunod.

Les 3-3-0 sont des idées futuristes, à garder en veille car la faisabilité technique et/ou organisationnelle peut évoluer. Ce sont donc des projets plus long terme.

Les idées 0-3-3, qui sont moins efficaces mais très originales et très réalisables, peuvent être gardées pour un autre thème. Elles ne correspondent pas à vos attentes initiales mais peuvent être intéressantes pour un autre projet.

EXEMPLE

Le but de la séance est : nouveaux produits pour faciliter le jardinage à des prix accessibles pour notre société « jardisy », le jardinage facile.

- **Idée 1 :** un robot-tondeuse pour laisser votre pelouse en parfait état sans effort.
- **Idée 2 :** des doubles gants avec un côté sale pour jardiner et un côté propre pour répondre au téléphone.
- **Idée 3 :** arroseur automatique avec capsules d'engrais intégrées.
- **Idée 4 :** gants incassables, ultra-résistants, ultra grip.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Idée	Efficacité	originalité	Faisabilité
Tondeuse aspirateur	2 Semble peu accessible	3	1 Technologie non maîtrisée par la société
Doubles gants	3 Simple et utile	2 Pas de vraie concurrence	3
Arroseur engrais	3 Facilite le jardinage	3 N'existe pas	1 pas de solutions simples
Gants incas-sables	1 Ne facilite pas vraiment le jardinage	0 Ressemblent à des gants classiques	3

Dans cet exemple, nous voyons assez clairement que le robot-tondeuse n'est malheureusement pas adapté à notre demande initiale car la société Jardisy n'a pas les compétences nécessaires. Il faut donc garder cette idée pour plus tard ou envisager un partenariat avec une autre société qui a les compétences.

Les doubles gants sont très intéressants car simples, originaux et peu compliqués à réaliser. C'est l'occasion de promouvoir un acces-soire très vendu chez Jardisy et lui apporter une vraie valeur ajoutée, en accord avec les tendances actuelles. L'utilisateur pourra garder ses gants de jardinage pour répondre au téléphone ou ouvrir une porte.

L'arroseur engrais est une idée à garder pour un développement futur car trop complexe à court terme.

Les gants incassables ne sont ni originaux ni vraiment intéressants pour simplifier le jardinage.

Ce travail doit être réalisé peu de temps après la séance car, très souvent, les idées sont mal exprimées. Tout le monde n'est pas bon

Copyright © 2016 Dunod.

illustrateur, ni bon en écriture. Il y a souvent des idées qui ne sont plus compréhensibles.

Nous comprenons aisément que réexpliquer un robot-tondeuse «hi-tech» quelques mois après peut se révéler un exercice complexe ! Or, peu de temps après la séance, vous pourrez vous souvenir des explications orales de chacune des idées. Curieusement, une idée mal exprimée peut se révéler être une mine d'or.

De plus, vous serez amenés à n'apprécier qu'une partie de l'idée présentée. Il convient donc d'extraire les points intéressants et noter exclusivement sur cette base.

Enfin, tout ce travail vous aura logiquement donné des idées un peu extravagante. Gardez donc cette ouverture d'esprit pour les dernières sélections. Il faut être audacieux pour sortir de vraies innovations.

Une fois cette sélection faite, vous pouvez créer votre plan d'action post séance de créativité.

Ce seront des réunions de travail pour continuer à explorer les idées, les protéger (enveloppe Soleau, dessin et modèle et brevet) et mettre des moyens humains et financiers sur les plus fortes.

Copyright © 2016 Dunod.

© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Chapitre 12

Comment progresser ?

Copyright © 2016 Dunod.

- Les méthodes
- La version accélérée
- Le nombre de participants

Les méthodes

Dans ce livre, nous vous proposons neuf méthodes de créativité. Une fois que vous les maîtrisez, vous pouvez en créer autant que vous le souhaitez. En effet, par rapport aux trames, vous avez des objectifs particuliers. Dans la littérature actuelle, il existe plus d'une centaine de méthodes de créativité, vous avez une large palette pour diversifier vos séances et pourquoi pas en inventer vous-même ! Par exemple, la méthode mind-mapping permet à partir d'un mot de générer une liste de mot, cette méthode est utile pour la trame des « pragmatiques » et des « polyvalents ». L'objectif premier de cette méthode est de générer une liste de mots plus ou moins éloignés du mot d'origine. Les participants s'éloignent ainsi du sujet sans s'en rendre compte. Vous pouvez donc remplacer cette méthode par une autre qui permet de créer une liste de mots.

EXEMPLE

Prenons comme exemple une société d'informatique ayant développé une gamme de trois produits à potentiel croissant (de l'entrée de gamme au haut de gamme). Votre direction vous demande de trouver un nom de produit. Par rapport à l'objectif de travail, vous devez utiliser la trame des « polyvalents ». Pour rappel, cette trame vise à analyser le problème sous différents angles avec notamment la possibilité d'utiliser la méthode analogie. Auparavant, il est préférable de commencer par une méthode prospective pour s'éloigner du sujet tel que le brainstorming ou le mind mapping. Pour diversifier l'exercice, vous pouvez utiliser des images afin de générer une « liste de mots » pour trouver le nom idéal. Au préalable, vous aurez récupéré une large gamme de magazines traitant de sujets variés avec notamment une grande quantité de publicité. Au lieu d'animer un brainstorming ou mind mapping, vous demandez aux participants de découper des images qui leur évoquent les trois produits et de faire un patchwork représentant les valeurs du pro-

Copyright © 2016 Dunod.

duit. Par exemple, un participant aura découpé trois voitures représentant la gamme logicielle en allant de la voiture low-cost à la voiture de compétition. Vous obtiendrez ainsi un éventail d'images pour chaque produit, il ne restera plus qu'à animer un brainstorming pour faire ressortir les mots clés inspirés des images. Pour reprendre l'exemple des voitures, certaines personnes pourraient penser aux mots « *small* », « *large* » ou « hybride » qui peuvent facilement devenir des noms de produit.

Vous auriez aussi très bien pu choisir une image inspirante pour animer un brainstorming et demander aux participants ce que leur évoque cette dernière.

Pour diversifier votre choix et varier les méthodes, vous devez simplement revenir aux fondements de la méthode et son utilité. Un mind mapping transforme un mot en une liste de mots. Vous n'avez plus qu'à imaginer une nouvelle méthode pour obtenir une liste de mots.

La version accélérée

Lorsque vous maitriserez bien l'animation de séance de créativité, vous pourrez ensuite animer des sessions express sur un sujet simple. Les participants habitués à ce genre d'exercices arriveront très facilement à se projeter dans le processus de réflexion créative et vous pourrez ainsi obtenir des résultats efficaces.

Ce genre de séance se pratique en comité restreint entre 3 et 4 participants maximum pour faire avancer un sujet sur une thématique précise.

EXEMPLE

Vous devez organiser une sortie produit pour les collaborateurs de votre société. Cet événement se déroulera sur deux jours et réunira

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

> l'ensemble des salariés. Ce rassemblement a pour but de présenter la nouveauté produit mais aussi de réunir les employés dans un contexte plus décontracté et de fédérer l'esprit d'équipe global de la société. Pour rendre cet événement inoubliable, vous souhaitez trouver un thème global pour la manifestation. Vous réunissez trois de vos collaborateurs pour une réunion express de créativité. Vous présentez rapidement l'objectif de la séance et animer un brainstorming indirect. Les participants imagineront des idées de thème pour la sortie produit de manière individuelle. Vous conclurez l'exercice par un dépouillement des idées en créant des regroupements d'idées. Vous aurez ainsi un panel de thèmes pour choisir le plus adapté à l'événement.

Une autre façon de faire aurait été d'utiliser la méthode purge en partant par exemple du mot « jeu ». À tour de rôle, les participants participent à cet exercice et génèrent une liste de mots. Vous pouvez ensuite regrouper ces mots sous forme de grandes thématiques et interroger le groupe sur ce que pourrait être une sortie produit en accord avec chacune des thématiques. Par exemple, suite à la purge, beaucoup de mots évoquent le thème du voyage. Vous questionnez vos participants sur ce que serait une sortie produit voyage.

Ils penseront peut-être à une manifestation orientée sur différentes cultures de pays avec des salles de réunions décorées en fonction, à des cartons d'invitation en forme de passeport ou encore à une sortie produit à l'étranger.

Pour une version accélérée de séance de créativité, il est préférable d'utiliser la méthode brainstorming indirect car elle permet aux participants de réfléchir individuellement au sujet pour ensuite échanger en groupe et penser à de nouvelles idées.

Copyright © 2016 Dunod.

Le nombre de participants

Enfin le dernier point d'amélioration est la quantité de participants. En effet, lorsque vous serez à l'aise avec l'animation de séance, vous pourrez envisager d'augmenter le nombre de participants. Dans certaines entreprises, une session de travail « vision » est réalisée annuellement sur des thématiques stratégiques de la société. Ces sessions peuvent inclure une cinquantaine de participants. L'animation de ces séances peut s'avérer complexe alors qu'en réalité elle reprend les fondements acquis dans ce livre. En effet, pour réussir ce challenge, vous devez déléguer l'animation en faisant des groupes avec un responsable de groupe. Ainsi, vous n'animez jamais de méthodes avec l'ensemble des participants. Vous devrez préparer des supports pour rendre les groupes autonomes et privilégier une plus longue période de restitution pour faire ressortir de nouvelles idées lors des présentations.

Nous vous conseillons cependant d'avoir expérimenté l'animation de séance de créativité avant de démarrer avec une séance aussi conséquente.

EXEMPLE

En tant que responsable innovation d'une société de fabrication de mobiliers d'entreprise, vous organisez chaque année une session de travail de deux jours avec l'ensemble des chefs de produit de votre société afin de définir les enjeux stratégiques des 5 années à venir. Le groupe de travail est constitué de 40 personnes, vous ne pouvez donc pas vous permettre d'être l'animateur pour l'ensemble du groupe, vous perdriez trop en efficience. Il est alors indispensable de mettre en place des exercices en groupe afin de réussir l'animation des deux jours.

En général, sur la structure globale, il est conseillé d'effectuer une matinée de travail exploratif, ensuite l'après-midi et le lendemain matin un travail collaboratif et finir avec une après-midi de restitution.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Vous aurez donc 3 temps forts :

- Phase divergente (1/2 journée)
- Phase convergente en session collaborative (1 journée)
- Phase de présentation (1/2 journée)

Pour la phase divergente, vous pouvez faire appel à un prestataire extérieur pour apporter de la matière de travail aux participants. Il existe des instituts spécialisés pour faire des analyses prospectives sur un domaine particulier. Dans notre exemple, il pourrait être intéressant d'avoir une présentation sur les nouvelles manières de travailler en entreprise, sur les nouvelles tendances et typologies d'entreprises ou sur des compagnies réputées dans le domaine de l'innovation tel que Facebook ou 3M. Le but de cette session est d'avoir un regard neuf sur le secteur d'activité et de se projeter dans le futur. Chaque présentation peut se conclure par un brainstorming indirect sur des idées de nouveaux meubles en fonction de la présentation qu'ils viennent de suivre. Par exemple, pour le cas de Facebook vous pourriez demander aux participants quels meubles ils imaginent pour ce genre d'entreprise.

Après la phase divergente de présentation, vous animerez une séance de créativité avec la particularité de désigner un animateur secondaire par groupe. Dans l'exercice de séminaire prospectif, nous vous conseillons de créer des groupes de 4 personnes en leur expliquant qu'ils forment une société qui a pour but de développer de nouveaux produits. Cette astuce vous permet en cas de baisses d'énergie de simuler des cas de vie courante. En effet, imaginons que deux groupes stagnent dans leur travail, vous permutez deux personnes en expliquant qu'il y a eu un licenciement puis un recrutement dans la société. Un autre moyen est de faire jouer le rôle d'expert à une personne en lui expliquant qu'elle est mandatée par la société pour apporter ses conseils.

Le groupe doit alors expliquer tout son travail à l'expert pour qu'il puisse donner des conseils. Enfin, un dernier exemple de motivation des groupes est de proposer à certains d'entre eux d'avoir le droit de faire de l'espionnage industriel. Certains participants peuvent ainsi consulter les idées des autres pour en trouver de nouvelles avec son groupe.

Copyright © 2016 Dunod.

Une fois que vous aurez mis en place cette structure de 10 sous groupes représentant une société, vous pouvez leur donner des exercices d'animations basés sur la trame des polyvalents. En effet, cette trame est la plus adéquate et la plus accessible pour ce type d'événement. Il est important de constituer un dossier complet en amont pour que les équipes soient autonomes. Votre rôle est de permuter de groupe en groupe pour vous assurer que les consignes soient acquises. Vous devrez aussi utiliser les jeux de rôles évoqués précédemment si vous constatez une baisse de régime pour certains groupes.

L'objectif global peut être différent selon chaque séminaire de travail. L'exigence peut se porter sur la génération d'un maximum d'idées en deux jours mais il est possible aussi d'imaginer une stratégie complète de management de 5 nouveautés. Dans ce dernier cas, vous devrez donc orienter votre séance pour que les participants génèrent un certain nombre d'idées pour en sélectionner 5 et définir ensuite la stratégie à mettre en place pour développer ces idées dans l'entreprise.

La dernière phase consiste à présenter le travail effectué à l'ensemble du groupe. Suivant le temps imparti, chaque groupe aura un temps de passage défini pour présenter le fruit de sa réflexion. Cette session de présentation permet de générer de nouvelles idées en animant une période de questions/réponses avec les participants téléspectateurs.

L'animation de séance de créativité avec beaucoup de participants demande une certaine expertise et une expérience dans le domaine. Néanmoins, pour une société, les « *workshop vision* » sont très utiles, fédérateurs et productifs. Ils permettent de prendre du recul sur son activité et de se projeter sur l'avenir.

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Copyright © 2016 Dunod.

Annexes

Vous trouverez ci-après l'ensemble des documents clés vierges :

- Fiche RECAP
- Fiche IDEE
- Questionnaire de fin de séance

Copyright © 2016 Dunod.

Nom de la séance de créativité :

CADRE

Caractéristiques	Acteurs	Domaine	Rôle	Endroit
C	A	D	R	E

RÉSULTATS

Types de résultats (concret, nouveau, conceptuel) :

Quantité de résultats souhaités :

Format des résultats (fiches idées, maquette, dessin, prototype,...) :

CONTRAINTES

Définition des limites du sujet

VISEUR

Mots clés associés au sujet :

Copyright © 2016 Dunod.

Nom :	
Fonction :	
Scénario d'utilisation :	
Schéma, dessin :	
Les + innovants :	C'est pour qui ?
Cela pourrait être :	
Il faut faire attention à :	

Copyright © 2016 Dunod.
© Dunod – Toute reproduction non autorisée est un délit.

Évaluation de la séance de créativité

L'organisation (salle, timing, préparation,...) ...../10

.....

.....

.....

.....

Les méthodes utilisées (Avez vous eu du mal à adhérer à certaines méthodes ?) ...../10

.....

.....

.....

.....

Résultats obtenus, satisfait ? (Avez vous l'impression d'avoir bien travaillé ?) ...../10

.....

.....

.....

.....

Ambiance (Des éléments vous ont-ils surpris ?) ...../10

.....

.....

.....

.....

Points positifs, à conserver,....

.....

.....

.....

.....

.....

Points négatifs, à améliorer,....

.....

.....

.....

.....

.....

Autres remarques :

.....

.....

.....

.....